

EMPRESA, EMPRESARIO  
Y CONSUMIDOR  
AL SERVICIO DEL DESARROLLO  
HUMANO INTEGRAL  
SEGÚN LA  
CARITAS IN VERITATE

*Cristian Loza Adauí  
André Habisch*

En este artículo nos ocuparemos de algunos temas vinculados al mundo empresarial, tratados por Benedicto XVI en su reciente encíclica *Caritas in Veritate*: el papel de la empresa al servicio del

*Cristian Loza Adauí es investigador adjunto de la Universidad Católica San Pablo. Actualmente es doctorando en Ciencias Económicas en la Ingolstadt School of Management de la Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt (Alemania).*

*André Habisch es economista y doctor en Teología. En la actualidad es profesor titular de la Cátedra de Ética Social Cristiana y Políticas Sociales en la Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt (Alemania). Es director del Center for Corporate Citizenship y asesor científico de la Unión de Empresarios Católicos de Alemania.*

desarrollo humano integral y la toma de decisiones con carácter económico. Estos temas, que en muchos casos vienen siendo discutidos en ambientes académicos —a veces altamente especializados—, no necesariamente forman parte

del *mainstream* de la praxis económico-empresarial; en ese sentido, su comprensión y difusión representa no solo una tarea de carácter académico, sino también una oportunidad específica para «movilizarse concretamente con el fin de hacer cambiar los procesos económicos y sociales actuales hacia metas plenamente humanas».<sup>1</sup>

## 1. LA EMPRESA AL SERVICIO DEL DESARROLLO

Ocuparse de la empresa a la luz de la *Caritas in Veritate* implica acoger la siguiente sugerencia: «Las actuales dinámicas económicas internacionales, caracterizadas por graves distorsiones y disfunciones, requieren también cambios profundos en el modo de entender la empresa».<sup>2</sup> A la luz de esta sugerencia, nos concentraremos en dos de los temas abordados de manera particular en la encíclica: por un lado, la responsabilidad social de la empresa, y por el otro, la aparición de nuevos modelos de organización económica.

### 1.1. Responsabilidad social empresarial

Durante los últimos años, la discusión en torno a la responsabilidad social empresarial (RSE) se ha ido haciendo cada vez más importante. Ciertamente han proliferado las publicaciones, y con ellas también múltiples aproximaciones teóricas y prácticas sobre este tema.<sup>3</sup> Por ello es muy pertinente la aclaración de la encíclica respecto a su fundamento ético: «[...] no todos los planteamientos éticos que guían hoy el debate sobre la responsabilidad social de la empresa son aceptables según la perspectiva de la Doctrina Social de la Iglesia».<sup>4</sup> La identificación del fundamento ético de la RSE que pueda ser aceptado por la Doctrina Social de la Iglesia representa una tarea pendiente.

---

1. S. S. Benedicto XVI. *Caritas in Veritate*, n. 20.

2. Allí mismo, 40.

3. En un artículo publicado en el 2004 se puede apreciar la cantidad de aproximaciones teóricas existentes ya en esa época y, sobre todo, la variedad de fundamentos —morales o no— que subyacen a cada una de ellas: E. Garriga y D. Mele. «Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory». En *Journal of Business Ethics*, n.º 53, 2004, pp. 51-71.

4. S. S. Benedicto XVI. *Caritas in Veritate*, n. 40.

te, y es a su vez un campo de investigación que seguramente encontrará mayor acogida en el ámbito académico.<sup>5</sup>

De hecho, la discusión respecto al fundamento normativo de la RSE abarca propuestas que profundizan de manera particular en dos principios de la DSI como elementos que estarían en la base de una RSE coherente con la ética social católica: por un lado la centralidad de la persona humana —expresada, por ejemplo, en el personalismo cristiano de autores como Jacques Maritain—,<sup>6</sup> y por otro lado, el bien común<sup>7</sup> como fin último de la actividad empresarial y como guía en la gestión empresarial, orientada no solo a generar beneficio para los propietarios sino para todos los «sujetos interesados» en la empresa.



En términos prácticos, el tema de la responsabilidad social, ya presente en el Magisterio,<sup>8</sup> es explicado con mayor amplitud. Se aclara, así, que ante una visión reductiva que pretende tomar en cuenta «únicamente el interés de los propietarios» de las empresas, se impone un horizonte mucho más amplio de intereses que deben ser gestionados, intereses de «otros sujetos que contribuyen a la vida de la empresa:

---

5. Sobre este tema existen algunos apuntes muy interesantes en H. Alford y F. Compagnoni. (eds.). *Fondare la responsabilità sociale d'impresa*. Roma: 2008; H. Alford. «Le responsabilità dell'imprenditore oltre la crisi». En *Boletín de Doctrina Social de la Iglesia*, V, n.º 2, 2009, pp. 56-59.

6. Véase H. Alford. «Il pensiero sociale cristiano e le deboli radici etiche della responsabilità sociale d'impresa. Può il primo contribuire a risolvere il problema per la società in generale?». En H. Alford y F. Compagnoni (eds.), ob. cit., pp. 193-231.

7. Véase D. Mele. «Not Only the Stakeholder Interest. The Firm Oriented toward the Common Good». En S. A. Cortright y M. J. Naughton (eds.). *Rethinking the Purpose of Business*. Notre Dame: University of Notre Dame, 2002, pp. 190-214.

8. Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia, n. 338.

trabajadores, clientes, proveedores de los diversos elementos de producción y la comunidad de referencia».<sup>9</sup>

## 1.2. Nuevos modelos de organización económica

Junto a la valoración de la responsabilidad social empresarial, es posible también identificar la apuesta por un nuevo modelo de organización económica: «caridad en la verdad significa la necesidad de dar forma y organización a las iniciativas económicas que sin renunciar al beneficio, quieren ir más allá de la lógica del intercambio de cosas equivalentes y del lucro como fin en sí mismo».<sup>10</sup>

Esta propuesta, vinculada tal vez a las experiencias, por ejemplo, de las llamadas *empresas sociales*, es valorada de manera positiva en virtud del «significado polivalente» que «la iniciativa empresarial tiene, y debe asumir».<sup>11</sup> Así, superando el reduccionismo del significado de la actividad empresarial, se afirma que dicha concepción «favorece el intercambio y la mutua configuración entre los diversos tipos de iniciativa empresarial, con transvase de competencias del mundo *non profit* al *profit* y viceversa, del público al propio de la sociedad civil, de las economías avanzadas al de países en vías de desarrollo».<sup>12</sup>

*«Las actuales dinámicas económicas internacionales, caracterizadas por graves distorsiones y disfunciones, requieren también cambios profundos en el modo de entender la empresa».*

Es importante tomar en consideración que la propuesta de Benedicto XVI va más allá de lo que se conoce como el *tercer sector*, declarando que las categorías: *for profit/non profit* son insuficientes para explicar estos nuevos modelos de organización empresarial: «no se trata solo de un tercer sector sino de una nueva y amplia realidad

---

9. S. S. Benedicto XVI. *Caritas in Veritate*, n. 40.

10. Allí mismo, n. 38.

11. Allí mismo, n. 41.

12. Lug. cit.

compuesta, que implica al sector privado y público y que no excluye el beneficio, pero lo considera instrumento para objetivos humanos y sociales».13 Al respecto, la evidencia empírica de estudios de autores como Putman presenta una serie de beneficios sociales, generados, por ejemplo, por diversas ONG, que trascienden los límites de las organizaciones que los generan, asumiendo no solo un rol inte-

«[...] *caridad en la verdad significa la necesidad de dar forma y organización a las iniciativas económicas que sin renunciar al beneficio, quieren ir más allá de la lógica del intercambio de cosas equivalentes y del lucro como fin en sí mismo*».

gradador de la sociedad sino también permitiendo ampliar las formas de participación en la vida pública.<sup>14</sup>

En ese mismo sentido, cuando Benedicto XVI afirma que la «[...] plu-

ralidad de las formas institucionales de empresa es lo que promueve un mercado más cívico y al mismo tiempo más competitivo»,<sup>15</sup> se habla de estas nuevas formas institucionales desde una perspectiva que supera ciertos reduccionismos que pretenden considerar la organización empresarial como una institución independiente, aislada, como una estructura meramente sociológica o solo cultural —tentación en la que caen algunos académicos del área de la *business ethics*— descontextualizando la empresa, abstrayéndola del sistema económico y criticando en ella lo que en realidad es una crítica del sistema económico de libre mercado.<sup>16</sup>

## 2. TOMA DE DECISIONES ECONÓMICAS COMO *ACTUS PERSONAE*

En las decisiones se expresa la libertad de cada persona. Sin embargo, una viciada concepción de la realidad económica tiende a consi-

---

13. Allí mismo, n. 46.

14. R. Putnam. *Gesellschaft und Gemeinsinn, Sozialkapital im internationalen Vergleich*. Gütersloh, 2001. Al respecto se puede profundizar también en A. Habisch. «Gemeinwirtschaftlicher Sektor/Non-Profit-Unternehmen». En A. Rauscher. *Handbuch der Katholischen Soziallehre*. Berlín: Duncker & Humblot, 2008, pp. 631-640.

15. S. S. Benedicto XVI. *Caritas in Veritate*, n. 46.

16. Para profundizar en este tema, véase A. Habisch. «Unternehmensethik» En A. Rauscher, ob. cit., pp. 591-604.

derar que las decisiones responden a una racionalidad que excluye la reflexión moral. En ese sentido, un elemento clave de la *Caritas in Veritate* es la llamada a descubrir la moralidad en el sistema económico y la oposición a la pseudoneutralidad de la actividad económica.<sup>17</sup> Al respecto resulta de gran importancia la siguiente aclaración: «Una de las mayores tareas de la economía es precisamente el uso más eficaz de los recursos, no el abuso, teniendo siempre presente que el concepto de eficiencia no es axiológicamente neutral».<sup>18</sup>

En otro pasaje de la encíclica se aclara que «[...] la libertad humana es ella misma solo cuando responde a esta atracción de la técnica con decisiones que son fruto de la responsabilidad moral»;<sup>19</sup> en efecto, como dice el Santo Padre: «La obtención de recursos, la financiación, la producción, el consumo y todas las fases del proceso económico tienen ineludiblemente implicaciones morales. Así, toda decisión económica tiene consecuencias de carácter moral».<sup>20</sup> La encíclica no habla de una moral añadida a la economía o de una ética que viene después de ver alcanzados los objetivos económicos; presenta la innegable necesidad de relaciones morales al interior de la economía como precondiciones para su funcionamiento, por ejemplo, a través de relaciones de confianza, necesarias para el funcionamiento del mercado. De esta manera, el texto enfrenta directamente el reduccionismo economicista que pretende ver en la actividad econó-

*«[...] no se trata solo de un tercer sector sino de una nueva y amplia realidad compuesta, que implica al sector privado y público y que no excluye el beneficio, pero lo considera instrumento para objetivos humanos y sociales».*

---

17. «La exigencia de la economía de ser autónoma, de no estar sujeta a “injerencias” de carácter moral, ha llevado al hombre a abusar de los instrumentos económicos incluso de manera destructiva. Con el pasar del tiempo, estas posturas han desembocado en sistemas económicos, sociales y políticos que han tiranizado la libertad de la persona y de los organismos, sociales y políticos y que, precisamente por eso, no han sido capaces de asegurar la justicia que prometían» (S. S. Benedicto XVI. *Caritas in Veritate*, n. 34.)

18. Allí mismo, n. 50.

19. Allí mismo, n. 70.

20. Allí mismo, n. 37.

mica solo la maximización del beneficio netamente económico, tanto institucional —bajo la forma de la maximización de las ganancias— como en el nivel individual —bajo la forma de egoísmo y hedonismo en las decisiones de compra, ahorro e inversión—.

Si ciertamente se puede afirmar que tanto la RSE como los nuevos modelos de organización económica son una propuesta para superar el reduccionismo económico en perspectiva institucional, a lo largo de la encíclica hay varios ejemplos de cómo las decisiones pueden responder a la libertad y expresar junto con ella la moralidad de cada individuo, superando así el reduccionismo económico individual.

## 2.1. Decisiones del *manager*

«El ser empresario, antes de tener un significado profesional, tiene un significado humano. Es propio de todo trabajo visto como *actus personae*». <sup>21</sup> La categoría *actus personae* se puede aplicar a todo tipo de decisiones (consumo, inversión, ahorro); en efecto, considerar una decisión como un acto personal implica tomar en consideración la naturaleza moral de esa decisión en términos de cómo ella está relacionada con toda la persona humana.

En el caso del *manager*, las decisiones de gestión pueden verse orientadas de diversa manera a maximizar las utilidades de la empresa o a maximizar los resultados de la producción. Como hemos visto anteriormente, hay ya todo un movimiento de gestión empresarial que se ocupa de ampliar el horizonte de los objetivos gerenciales más allá de los temas económicos. Aquí, sin embargo, se tiene en consideración las consecuencias de las decisiones en la persona que decide y en su desarrollo humano integral.

El *manager* muchas veces enfrenta dilemas morales en la toma de decisiones empresariales. Sin embargo, si «El desarrollo es imposible sin hombres rectos, sin operadores económicos y agentes políticos que sientan fuertemente en su conciencia la llamada al bien común»

---

21. Allí mismo, n. 41.

y si «Se necesita tanto la preparación profesional como la coherencia moral»,<sup>22</sup> queda claro que un positivismo económico —no pocas veces presente en las escuelas de negocios— es también un reduccionismo al que se debe hacer frente en beneficio del desarrollo integral de *managers* y profesionales de la gestión empresarial.

## 2.2. Decisiones del inversionista y del ahorrador

En el caso de las decisiones de inversión, hay que preguntarse si el único criterio de decisión ha de ser la maximización de la utilidad o si se han de plantear otros objetivos en paralelo con el de la rentabilidad. De hecho, «invertir tiene siempre un significado moral, además de económico»;<sup>23</sup> con cada una de las decisiones de inversión que se realizan se legitima la actividad de la empresa en la que se invierte, permitiéndole continuar existiendo o, por lo menos, permitiéndole trabajar con el capital invertido. Lo mismo ocurre en el caso de las decisiones de ahorro, y la encíclica hace un llamado a «la responsabilidad del ahorrador».<sup>24</sup>

Al respecto es de esperar que después de una crisis financiera como la actual, los llamados fondos éticos y la banca ética acelere su crecimiento o, por lo menos, aparezca en aquellos países en donde este tipo de actividad financiera aún no existe.

## 2.3. Decisiones del consumidor

Con respecto a las decisiones del consumidor, el Santo Padre afirma claramente: «Es bueno que las personas se den cuenta de que comprar es siempre un acto moral, y no solo económico. El consumidor tiene una responsabilidad social específica, que se añade a la responsabilidad social de la empresa».<sup>25</sup> En efecto, cada decisión de compra legitima la actividad productiva de una empresa; la existen-

---

22. Allí mismo, n. 71.

23. Allí mismo, n. 40.

24. Allí mismo, n. 65.

25. Allí mismo, n. 66.



cia de un consumidor crítico es el complemento necesario para el éxito de empresas que son manejadas según criterios morales.

La posibilidad de influir en el sistema económico a través de las decisiones de compra, ahorro o inversión, implica no solo una revaloración de la libertad del ser humano,<sup>26</sup> sino que tiene también la capacidad de cambiar cualitativamente el mercado. Por tal razón, y con palabras de Benedicto XVI: «Es de desear un papel más incisivo de los consumidores como factor de democracia económica, siempre que ellos mismos no estén manipulados por asociaciones escasamente representativas».<sup>27</sup>

### 3. DESARROLLO COMO VOCACIÓN

Ciertamente, si se deja guiar el mercado por las decisiones de un consumidor más crítico y responsable, existe el riesgo del *crowding-out*, es decir, de la instrumentalización de las prácticas supuestamente socialmente responsables con fines netamente económicos, que termina por eliminar las motivaciones intrínsecas por parte de una empresa para asumir estrategias de gestión socialmente responsables o éticas.



La posibilidad de un comportamiento tal, permite que nos preguntemos no solo sobre las posibilidades de la técnica empresarial sino sobre el papel de las instituciones al servicio del hombre y de su desarrollo. En ese sentido, y para concluir, se presentan cuatro temas que pretenden cerrar algunas de estas interrogantes a la luz de la *Caritas in Veritate*.

---

26. «La libertad humana es ella misma solo cuando responde a esta atracción de la técnica con decisiones que son fruto de la responsabilidad moral» (allí mismo, n. 70).

27. Allí mismo, n. 66.

Primero: «Cuando predomina la absolutización de la técnica [en este caso, de la técnica empresarial] se produce una confusión entre los fines y los medios, el empresario considera como único criterio de acción el máximo beneficio en la producción»,<sup>28</sup> identifica la eficiencia y la utilidad como único criterio de verdad y con ello «niega automáticamente el desarrollo».<sup>29</sup> Lamentablemente realidades como esta son comunes y han generado en muchas ocasiones el escepticismo respecto a prácticas empresariales que pretenden ser socialmente responsables.

Segundo: se comprende claramente que ni la técnica ni tampoco las instituciones bastan para garantizar un desarrollo humano integral; en ese sentido la encíclica hace una identidad de la que se pueden extraer muchas conclusiones: «desarrollo es vocación». Esta identidad —en palabras de Benedicto XVI— «equivale a reconocer, por un lado que este [el desarrollo] nace de una llamada trascendente y, por otro, que es incapaz de darse su significado último por sí mismo».<sup>30</sup> Además, como toda vocación «[...] es una llamada que requiere una respuesta libre y responsable.»<sup>31</sup>, que lejos de ser parcial debe respetar «la verdad del desarrollo que consiste en su totalidad»,<sup>32</sup> es decir, de todo el hombre y de todos los hombres.

Tercero: en el camino hacia la «consecución de un nuevo orden económico-productivo, socialmente responsable y a medida del hombre»,<sup>33</sup> muchas veces es el mismo hombre quien crea sus propios obstáculos, por ejemplo: «Creerse autosuficiente y capaz de eliminar por sí mismo el mal de la historia ha inducido al hombre a confundir la felicidad y la salvación con formas inmanentes de bienestar material y de actuación social»;<sup>34</sup> en ese mismo sentido, «[...] el desarrollo económico, que se manifiesta ficticio y dañino cuando se

---

28. Allí mismo, n. 72.

29. Allí mismo, n. 70.

30. Allí mismo, n. 16.

31. Allí mismo, n. 17.

32. Allí mismo, n. 18.

33. Allí mismo, n. 41.

34. Allí mismo, n. 34.

*«[...] es bueno que las personas se den cuenta de que comprar es siempre un acto moral, y no solo económico. El consumidor tiene una responsabilidad social específica, que se añade a la responsabilidad social de la empresa».*

apoya en los “prodigios” de las finanzas para sostener un crecimiento antinatural y consumista. Ante esta pretensión prometeica, hemos de fortalecer el aprecio por una

libertad no arbitraria, sino verdaderamente humanizada por el reconocimiento del bien que la precede. Para alcanzar este objetivo, es necesario que el hombre entre en sí mismo para descubrir las normas fundamentales de la ley moral natural que Dios ha inscrito en su corazón».<sup>35</sup>

Cuarto: «La visión del desarrollo como vocación comporta que su centro sea la caridad»,<sup>36</sup> dejando claro que: «El saber humano es insuficiente y las conclusiones de las ciencias no podrán indicar por sí solas la vía hacia el desarrollo integral del hombre. Siempre hay que lanzarse más allá: lo exige la caridad en la verdad. Pero ir más allá nunca significa prescindir de las conclusiones de la razón, ni contradecir sus resultados. No existe la inteligencia y después el amor: existe el amor rico en inteligencia y la inteligencia llena de amor».<sup>37</sup>

---

35. Allí mismo, n. 68.

36. Allí mismo, n. 19.

37. Allí mismo, n. 30.