

# CONTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA AL DESARROLLO Y DOCTRINA SOCIAL DE LA IGLESIA

[THE CONTRIBUTION OF BUSINESS TO DEVELOPMENT  
AND THE SOCIAL DOCTRINE OF THE CHURCH]

GREGORIO GUITIÁN

SUMARIO: 1. INTRODUCCIÓN. 2. EVOLUCIÓN EN LA CONCEPCIÓN DEL DESARROLLO. 3. LA APORTACIÓN DE LA DSI. 4. SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA, ECOLÓGICA Y SOCIAL. 5. CONCLUSIÓN.

*Resumen:* La contribución de las empresas al desarrollo, especialmente en los países en vías de desarrollo, es un tema de interés creciente. La conciencia de la necesidad de un desarrollo económico más equilibrado ha dado lugar a algunas concepciones de la actividad empresarial que son analizadas desde el punto de vista de la Doctrina Social de la Iglesia. Se subrayan los aspectos comunes entre una concepción inspirada en el llamado «desarrollo sostenible» y la idea que la Iglesia tiene sobre el desarrollo. No obstante, desde la perspectiva moral de la Iglesia Católica, algunas ideas predominantes necesitan una fundamentación más profunda y otras tendrían que ser definitivamente cambiadas si se quiere fomentar un desarrollo humano verdadero.

*Palabras clave:* Desarrollo, Empresa, Sostenibilidad, Doctrina Social de la Iglesia.

*Abstract:* Increasing interest is focusing on corporations' contribution to development, especially in developing countries. Awareness of the need for more balanced economic development has given rise to some conceptions of company activity that are here analysed from the point of view of the social doctrine of the Church. The common aspects shared by a conception inspired by so called «sustainable development» and the Church's ideas about development are emphasised. However, from the point of view of the Catholic Church, some prevailing ideas require a more profound underpinning, while others have to be definitively changed if genuine human development is to be achieved.

*Keywords:* Development, Company, «Sustainability», Social Doctrine of the Church.

## 1. INTRODUCCIÓN

La contribución de las grandes empresas al desarrollo económico en el contexto de la globalización es un tema de interés creciente entre los estudiosos de la economía, también en sus implicaciones éticas. Como todo lo que tiene que ver con la actividad humana, la acción empresarial sea en países desarrollados sea en aquellos en vías de desarrollo tiene sus luces y sus sombras<sup>1</sup>.

Ciertamente, el tema que tratamos es muy amplio y se puede abordar desde múltiples perspectivas. En un trabajo anterior nos hemos ocupado de la importante función intermedia de la empresa de cara a la consecución del bien común<sup>2</sup>. Esto, obviamente, no significa que las empresas sean las únicas protagonistas de la lucha contra la pobreza, del esfuerzo por conservar el ecosistema, etc.; por eso hoy se hace notar que para poder impulsar positivamente el desarrollo es necesaria la cooperación entre empresas, gobiernos y otras organizaciones<sup>3</sup>. Aquí nos vamos a ocupar de examinar a la luz de la Doctrina Social de la Iglesia (en adelante DSI) una de las concepciones imperantes en la acción empresarial actual, que tiene mucho que ver con la aportación de las empresas al desarrollo económico.

En los últimos treinta años —si bien los primeros indicios son anteriores— el «management» ha visto florecer, por causas relacionadas con los afanes de la DSI en el ámbito económico, ideas y propuestas que han relanzado la preocupación por las cuestiones éticas en el ámbito de los negocios. Así, la creación y aplicación de conceptos como Responsabilidad Social Corporativa («Corporate Social Responsibility», en adelante CSR), Ciudadanía Corporativa («Corporate Citizenship», en adelante CC) o Sostenibilidad («Sustainability» o «Corporate Sustainability», en adelante CS) constituyen ya una variable estructural de la actividad de empresas significativas.

1. Cfr. A. KOLKA, R. VAN TULDERB y B. WESTDIJKB, «Poverty alleviation as business strategy? Evaluating commitments of frontrunner Multinational Corporations», en *World Development* 34 (2006), 789-801.

2. Cfr. G. GUITIÁN, «La empresa como institución mediadora. Un enfoque desde la Doctrina Social de la Iglesia», en *Scripta Theologica* 38 (2006), 73-97.

3. Cfr., por ejemplo, G. LODGE y W. CRAIG, *A corporate solution to global poverty: how multinationals can help the poor and invigorate their own legitimacy*, Princeton University Press, Princeton N.J. 2006.

¿Cómo ve la DSI esta tendencia de preocupación por la sociedad y por un desarrollo adecuado que se aprecia en la empresa de hoy? En este trabajo abordamos esta cuestión mostrando cómo las bases del concepto de «sostenibilidad» convergen llamativamente con la enseñanza de la DSI sobre el verdadero desarrollo económico. Se pretende iluminar los contenidos de la «sostenibilidad corporativa» (CS) con la aportación del magisterio social a ese respecto, para hacer notar que el estudio y promoción de la CS (así como CSR) es un medio válido para transmitir los principios de DSI y poner las bases para su aplicación en la actividad empresarial.

## 2. EVOLUCIÓN EN LA CONCEPCIÓN DEL DESARROLLO

En primer lugar, y antes de entrar de lleno en la temática, es preciso sumergirse en la literatura que pretende perfilar los conceptos de CSR, CC y CS. Los académicos sostienen un vivo debate acerca del concepto más adecuado. Aquí nos vamos a detener en el concepto de CS y, en menor medida, en el de CSR, pues de éste nos interesa subrayar algunos aspectos que, a la luz de la DSI, quizás puedan aclararse.

Como es bien conocido<sup>4</sup>, el significado de la CSR ha experimentado una notable evolución desde su primera formulación. En 1953 se concebía como la obligación de los empresarios de responder en su actuación empresarial a los valores y objetivos de la sociedad en que operan. Con los años, este sustrato de obligatoriedad deja paso en las definiciones «institucionales» al carácter voluntario de las prácticas de CSR. Así, se ha hecho universalmente conocida la definición del Libro Verde de la Comisión Europea. Con la pretensión de tener en cuenta la mayoría de las definiciones de la literatura académica precedente, se describe la CSR como «la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores»<sup>5</sup>.

4. A.B. CARROLL, «Corporate social responsibility: Evolution of a Definitional Construct», *Business and Society* 38, 3 (1999), 268-295.

5. COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad de las empresas*, Bruselas 2001, 6.

La CSR, como los otros conceptos, ha sido sometida a crítica<sup>6</sup>. Para unos carece de una definición clara, otros consideran que las responsabilidades asignadas son demasiadas; es difícil hacerla operativa; constituye un ataque a los derechos de propiedad así como una amenaza a una sociedad libre; es fácilmente reconducible a los propios intereses, etc. Sin embargo, además de que estos argumentos son rebatibles, se pueden esgrimir a su vez contra la CS o —en cierta medida porque es menos comprometida todavía— a la CC. Algunos llegan a proponer un cambio en la expresión empleada con el objeto de precisar mejor el contenido de la CSR y evitar malinterpretaciones al traducir la expresión CSR a otras lenguas<sup>7</sup>. Otros, sencillamente, hablan de «Corporate Accountability» o responsabilidad corporativa.

Por su parte, la idea de CS procede del concepto de «desarrollo sostenible». Como los contenidos de la CS se entienden desde ahí, vale la pena sobrevolar rápidamente la génesis de esta idea<sup>8</sup>. Durante los años 60 fue cobrando fuerza la conciencia del creciente problema ecológico del mundo. La contaminación, la deforestación, el cambio climático, etc., son factores que comprometen el futuro de la tierra. Asimismo algunos hacían sonar con inusitada fuerza la alarma de los problemas derivados del aumento demográfico<sup>9</sup>. Desde el punto de vista institucional, en 1968 la UNESCO organiza la primera Conferencia sobre la Biosfera. Posteriormente se ponen en marcha numerosas iniciativas: el día de la tierra (21 de abril), la Conferencia de la ONU sobre el Ambiente Humano (1972), que da paso a un incremento notable de encuentros multilaterales sobre el ambiente, etc. Se organizan conferencias sobre la desertificación y sobre el agua (1977), sobre el clima (1979) y otros temas relacionados. Estas iniciativas propician que se plantee la ne-

6. C. VALOR, «Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Towards Corporate Accountability», *Business and Society Review*, 110 (2005/2), 191-212. La autora resume las posiciones y proporciona bibliografía.

7. M. VAN MARREWIK, «Concepts and Definitions of Corporate Social Responsibility and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion», *Journal of Business Ethics* 44 (2003), 95-105; 101.

8. Cfr. G. COCCOLINI, «Johannesburg: sviluppo sostenibile. Una questione etico-teologica», *Rivista di Teologia Morale* 136 (2002), 539-546. Por razones prácticas seguimos este trabajo, que presenta un breve sumario y ofrece referencias bibliográficas.

9. Por ejemplo, en 1968, S.P. Ehrlich hacía otra vez de Malthus con su libro *The Population Bomb*.

cesidad de definir un modelo de desarrollo distinto<sup>10</sup>. Ya en los 80, la ONU promueve tres grandes investigaciones que generan otros tantos informes ahora míticos: el informe de la Comisión Brandt (1980), sobre la desigualdad norte-sur; el informe de la Comisión Palme (1982), sobre seguridad y desarme en el contexto este-oeste, y finalmente, el informe de la Comisión Brundtland (1987), sobre los problemas relacionados con el medio ambiente y el desarrollo de los pueblos.

Este último informe, publicado por la World Commission on Environment and Development que creó la ONU en 1983, es fundamental para nuestro tema porque proporciona la definición de desarrollo sostenible más usada en el ámbito de la CS: «el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades»<sup>11</sup>.

La Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo de Río de Janeiro, convocada por la ONU en 1992, hace suya esta definición. Este encuentro abre camino a declaraciones y documentos internacionales, no vinculantes jurídicamente, que pretenden poner en marcha un proceso de sostenibilidad social, económica y política (por ej., Agenda 21 o la Declaración de Río). Por su parte, la ONU refuerza este propósito con la publicación, desde 1990, del Informe Anual sobre el Desarrollo Humano. Las temáticas se mueven en la dirección de un concepto más amplio de desarrollo y proporcionan un marco general de ideas de fondo para la CS: cómo reducir la desigualdad mundial (1992), el papel de la mujer (1995), la función del crecimiento económico (1996), la erradicación de la pobreza (1997), el consumo desequilibrado (1998), globalización (1999), uso de las nuevas tecnologías (2001), derechos humanos (2001), democracia (2002), etc. Asimismo, en 2002 la ONU convocó una nueva conferencia mundial sobre desarrollo sostenible en Johannesburgo, con idea de hacer balance del camino recorrido desde Río y relanzar este empeño común.

Toda idea de desarrollo tiene detrás una determinada visión del mundo. Los estudiosos tratan de describir paradigmas que engloben las

10. Coccolini sostiene que es «Dag Hammarskjöld Report», de 1975, el primer informe que propone un significado diverso de «desarrollo» (cfr. G. COCCOLINI, cit., 542).

11. COMISIÓN MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE Y DEL DESARROLLO, *Nuestro futuro común*, Alianza, Madrid 1992, 67.

múltiples posiciones<sup>12</sup>. A pesar de la imposibilidad de abarcar el detalle de las distintas concepciones, estos paradigmas al menos pueden contribuir a situarse en este ámbito.

La concepción imperante que desencadena la progresiva toma de conciencia del problema ecológico puede denominarse «tecnocentrismo». Se trata de una visión que considera al hombre superior a la naturaleza y como separado de ella. Un hombre que de hecho mira a la naturaleza como si fuera virtualmente inagotable, también por la capacidad del ingenio humano para descubrir alternativas; un hombre individualista que sigue una ética utilitaria y antropocéntrica; un hombre, en fin, despreocupado por el largo plazo. La tierra sería como una gran máquina a su servicio y la función del hombre sobre ella, la de dominación. A este cuadro se añaden otros elementos como la despreocupación por el crecimiento de la población mundial, que es visto como factor de degradación. Además, algunos autores piensan que tal estado de cosas es producto de la religión occidental, es decir, el cristianismo. En este sentido la concepción de la DSI sobre el desarrollo deja ver cuán lejos está de promover semejante visión del mundo.

En el polo opuesto, el «ecocentrismo» engloba posiciones basadas en filosofías orientales, en el rechazo del dominio humano sobre la naturaleza («deep ecology movement»), en el sistema de pensamiento «New Age», etc. La naturaleza es la madre de la vida, un gran orden entrelazado sin jerarquía donde el hombre es uno más. Es frágil y además está en franca colisión con la humanidad, en la medida en que la situación actual conducirá a la decadencia total en caso de no acometer reformas radicales. Desde el punto de vista ético, tiene prioridad el conjunto sobre cada una de las partes. La naturaleza no humana tiene valor intrínseco y no depende del que le sea asignado por los hombres. De esta manera el primer deber moral consiste en no interferir en el funcionamiento natural de los distintos sistemas. En lo económico, la carrera actual de desarrollo ha de ser reducida drásticamente, pues acarrea costes medio ambientales y sociales mayores que los beneficios: el actual or-

12. A este efecto seguiremos el trabajo de Gladwin y otros, que proporciona abundante bibliografía: T.N. GLADWIN, G.J. KENNELLY y T. KRAUSE, «Shifting paradigms for sustainable development: implications for management theory and research», *Academy of Management Review*, 20 (1995), 4, 874-907.

den económico trae desorden ecológico. Para vivir una buena vida el hombre no ha de tomar de la naturaleza más que lo que realmente necesita, pues es en la sencillez voluntaria donde está la clave. Por otra parte, el tamaño actual de la población con la correspondiente demanda que genera es, para esta corriente, una amenaza para la viabilidad del sistema a largo plazo<sup>13</sup>.

En un punto intermedio podría encuadrarse una visión centrada en la sostenibilidad («sustaincentrism»). Según este planteamiento, la tierra es la casa del hombre, un lugar que mantener limpio, salubre y bien gestionado para el bien de los hombres y el bienestar. El hombre es administrador de la tierra. Ni está separado de la naturaleza ni totalmente inmerso en ella, como un elemento más sin particularidad alguna: desde el punto de vista intelectual está por encima de la biosfera aunque forma parte de ella<sup>14</sup>. Esta posición propone una ética centrada en el hombre, basada en el bien tanto del hombre como del resto de la naturaleza, y que abarca el ámbito político, social, económico y cultural de los derechos humanos. Existe una obligación moral, que recorre como una cadena el tiempo y las generaciones, de no reducir las posibilidades de las generaciones futuras.

El ecosistema es limitado en sí mismo y en su capacidad de reaccionar ante las interferencias, de regenerarse, etc. Según esta posición, en algún aspecto, como por ejemplo la cantidad de alimento que la tierra es capaz de proveer, se está llegando al límite. Hay que preservar el capital natural que poseemos y han de establecerse limitaciones en lo relativo al uso de energía, las emisiones, etc. Los niveles de consumo en los países desarrollados han de ser revisados a la baja para mantener tanto el sistema natural como el social. Además, el tamaño de la población ha de estabilizarse a través de la participación de la mujer en el desarrollo.

Por otra parte, el sistema económico se apoya en el ecológico, de manera que los cambios afectan a uno y otro y la prosperidad del siste-

13. G.C. DAILY, A.H. EHRLICH y P.R. EHRLICH, «Optimum Human Population Size», *Population and Environment*, 15 (1994), 469-475.

14. En este sentido, y haciéndose eco del pensamiento del conocido biólogo Stephen Jay Gould, la inteligencia es vista como un maravilloso accidente de la evolución que ha puesto al hombre como administrador. Los hombres «have become, by the power of a glorious evolutionary accident called intelligence, the stewards of life's continuity on earth.» (S.J. Gould, citado en T.N. GLADWIN y otros, cit., 891).

ma económico depende del respeto por el sistema ecológico. Se trata de lograr una economía que internalice las externalidades ecológicas y sociales. La reducción de la pobreza depende de dos elementos: aprovechar la productividad de la abundante mano de obra de los países pobres, no sin antes acometer reformas estructurales en los mercados, en las instituciones, etc., y proporcionarles servicios básicos, donde «los cuidados primarios de la salud, la planificación familiar, la nutrición y la educación primaria son especialmente importantes»<sup>15</sup>. No obstante, el crecimiento económico está mal repartido y los países en vías de desarrollo necesitan oportunidades para aliviar la pobreza. Por ello, la posición centrada en la sostenibilidad («sustaincentrism») aboga por eliminar la falta de equidad en el comercio internacional.

En definitiva, este modelo pretende un desarrollo que tenga en cuenta el tiempo y el espacio; la interdependencia económica, social y ecológica; que respete la equidad intrageneracional, intergeneracional y también con las demás especies; que sea prudente, es decir, consciente de los deberes de cuidado y prevención en el ámbito tecnológico, científico y político; que sea seguro frente a las amenazas.

Subrayemos una vez más que este cuadro general del desarrollo no es completo porque ni están todas las posiciones ni todas comparten cada uno de los puntos de vista esbozados. No obstante nos parece que sí recoge parte importante de las concepciones dominantes. Según el parecer de estos autores, en esta última corriente se sitúa —entre otros— la ONU, la «U.S. National Academy of Sciences», varios «think tanks» y numerosos grupos de acción social y medio ambiental<sup>16</sup>.

Las empresas no podían permanecer ajenas a este proceso de toma de conciencia. Como una señal de cierta entidad, en 1995 toma su forma definitiva el «World Business Council on Sustainable Development» (WBCSD), agrupación formada actualmente por 180 importantes multinacionales. Esta institución encarna un proyecto de aplicación de la idea de «desarrollo sostenible» al mundo empresarial. Evidentemente, no son los creadores del concepto de sostenibilidad, o desarrollo sostenible en el ámbito de la actividad empresarial, pero sí constituyen un referen-

15. WORLD BANK, *World Development Report 1990: Poverty*, Oxford University Press, New York 1990, 3 (la traducción es nuestra).

16. T.N. GLADWIN y otros, cit., 890.

te de primera línea a la hora de constatar lo que de hecho se hace en este campo. Se proponen el liderazgo en la tarea de impulsar el desarrollo sostenible en la actividad empresarial y, entre otras cosas, promover la CSR. Este último dato sirve como muestra de aquellos que consideran la sostenibilidad como un concepto que engloba la CSR.

Según Wheeler y otros, a efectos prácticos el WBCSD entiende que la función de la empresa de cara al desarrollo sostenible consiste en la creación de valor económico, social y medioambiental<sup>17</sup>. La base de esta concepción se puede encontrar mucho antes. Por ejemplo, en un trabajo de 1987 Barbier definía el desarrollo sostenible como «la maximización simultánea de los objetivos del sistema biológico (diversidad genética, resistencia, productividad biológica), los objetivos del sistema económico (satisfacción de las necesidades básicas, aumento de la equidad, incremento de bienes y servicios útiles), y los objetivos del sistema social (diversidad cultural, sostenibilidad institucional, justicia social, participación)»<sup>18</sup>.

En general, se acepta que la CS pretende que la actividad empresarial persiga el desarrollo sostenible en el campo económico, ecológico y social. Estos tres ámbitos de actuación se han popularizado como la «Triple Bottom Line»<sup>19</sup>, si bien aparecen añadidos (por ejemplo, la equidad, que por otra parte se podría agrupar bajo la categoría «social») o variantes (por ejemplo la 3-E: economía, ecología y ética).

No obstante, en la práctica se aprecia que CS y CSR se refieren a contenidos semejantes<sup>20</sup>. La CS adopta las aportaciones de la CSR, que a su vez se ve enriquecida por el «stakeholder approach». De este último se ha dicho que «con sus valores inherentes de libertad, responsabilidad, justicia, inclusión, participación y mutua dependencia al servicio de la creación de valor para los diferentes actores, ofrece la mejor esperanza de hacer efectiva la persecución de la sostenibilidad tanto global como or-

17. D. WHEELER, B. COLBERT y R.E., FREEMAN, «Focusing on value: Reconciling Corporate Social Responsibility, Sustainability and a Stakeholder approach in Network World», *Journal of General Management*, 28 (2003/3), 1-28; 16.

18. E. BARBIER, «The concept of sustainable economic development», *Environmental Conservation*, 14 (1987/2), 101-110; 103, citado en GLADWIN et al.

19. J. ELKINGTON, *Canibal with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Capstone, Oxford 1997.

20. Cfr. D. WHEELER y otros, cit.; M. VAN MARREWIJK, cit.

ganizacional»<sup>21</sup>. Los conceptos acuñados por unos y otros son asumidos en el enfoque de sostenibilidad, y así es fácil comprobar la promoción de prácticas como, por ejemplo, el diálogo entre la empresa y los diversos grupos relacionados con ella. Al final, aunque los propios empresarios no siempre sepan qué significan unos y otros conceptos, sí saben de qué se trata y qué hay que hacer. Quizás el pragmatismo empresarial resuelve una vez más las posibles perplejidades teóricas.

La sostenibilidad es presentada como una meta, un objetivo común a largo plazo, un proceso en el que deben integrarse las economías mundiales. Por tanto, las empresas no han de entender la CS como un mero conjunto de prácticas de sostenibilidad que figurarán en el oportuno informe, sino como un modo de hacer empresa que forma parte de un empeño por el que trabaja el mundo entero. Por lo demás, la conciencia de proceso no es novedosa y ya se propone en trabajos tempranos sobre CSR<sup>22</sup>.

De esta manera «la sostenibilidad es un concepto integrado en una teoría más amplia acerca de cómo deben relacionarse el sistema ecológico y el sistema social para mantenerse intactos por encima de largos periodos de tiempo»<sup>23</sup>. Parece claro que el concepto de sostenibilidad se articula a partir de un fundamento común: la necesidad de trascender el momento actual y pensar en el futuro, no ya de la propia empresa, sino del conjunto del sistema. En este sentido, nos parece que la idea madre de la sostenibilidad consiste en el compromiso con las generaciones futuras<sup>24</sup>. Desde esta perspectiva y sobre la base de una peculiar actividad económica, las empresas que adoptan este enfoque han de diseñar una estrategia de sostenibilidad económica, ecológica y social.

La raíz ecológica de la CS tiene la ventaja de proporcionar una conciencia muy viva de la necesidad de ampliar el horizonte de la propia actividad empresarial. En este sentido, y aunque las obligaciones

21. D. WHEELER y otros, cit., 18.

22. T.M. JONES, «Corporate social responsibility revisited, redefined», *California Management Review* (1980), 59-67.

23. P.D. JENNINGS y P.A. ZANDBERGEN, «Ecologically Sustainable Organizations: An Institutional Approach», en *The Academy of Management Review*, 20 (1995/4), 1015-1052; 1015 (citado en D. WHEELER y otros, cit., 17).

24. T.N. GLADWIN y otros, cit., recoge numerosas definiciones de sostenibilidad. La mayoría hacen referencia a las generaciones futuras.

impuestas por la ley sean limitadas<sup>25</sup>, se es consciente de la obligación moral de tener en cuenta estas cuestiones. En nuestra opinión, mientras que la CSR hace notar el carácter voluntario de las prácticas, la sostenibilidad hace más patente la existencia de una deuda moral, abriendo así las puertas a la ética. Así las cosas, ¿qué dice la DSI sobre la «sostenibilidad»?

### 3. LA APORTACIÓN DE LA DSI

Ante todo, la Iglesia interviene en cuestiones económicas, sociales, etc., siempre y sólo por motivos morales. De ahí que lo que pueda aportar la DSI a la cuestión de la CS serán indicaciones de carácter moral. La Iglesia como tal no entra en los asuntos puramente técnicos porque no es su función y no sabe hacerlo.

En el corazón de la DSI se asienta la pasión por la inestimable dignidad del hombre, creado a imagen y semejanza de Dios. Éste es el principio personalista que sostiene la DSI y la razón de toda intervención<sup>26</sup> (CDSI 105-107). Al encarar cualquier cuestión del orden social la Iglesia tiene en mente a la persona humana, que ha de ser «su sujeto, su fundamento y su fin»<sup>27</sup>. En este sentido, la DSI es antropocéntrica, pero ese hombre es criatura de Dios y depende de Él, de manera que no es dueño y señor absoluto del universo. El hombre no tiene la última palabra en el universo, como tampoco tiene la primera.

En este contexto, la DSI no se ha referido expresamente a la «sostenibilidad», pero no es ajena al concepto. A lo largo de los años ha desplegado una gran preocupación por el desarrollo que tiene como centro la tutela integral de la dignidad humana. Por esta razón la DSI puede hacer su aportación a la base conceptual de la CS. En este trabajo no vamos a presentar un recorrido cronológico de la DSI al respecto, sino que teniendo en mente la parte precedente, iluminaremos las distintas cuestiones trayendo al caso la DSI.

25. La aplicación de la CS es también en buena parte voluntaria, lo cual es a su vez criticado.

26. Cfr. PONTIFICIO CONSEJO «JUSTICIA Y PAZ», *Compendio de la Doctrina Social de la Iglesia*, BAC-Planeta, Madrid 2005, nn. 105-107 (en adelante CDSI).

27. Pío XII, *Radiomensaje de Navidad* (24.XII.1944), 11, en CDSI 106.

En el designio de Dios para el hombre expresado al comienzo del Génesis (Gen 1,26-28), la Iglesia encuentra la visión de conjunto que da unidad al trabajo, la economía, la ecología, la propiedad. El hombre ha sido creado a imagen y semejanza de Dios, y ha recibido el encargo de someter la tierra, en lo que refleja a su Creador. Su función es la de colaborar con Dios a través del trabajo en el desarrollo de la creación. El hombre, culmen de la creación, ha recibido la misión de «“dominar” las demás criaturas, “cultivar el jardín”; pero hay que hacerlo en el marco de la obediencia a la ley divina y, por consiguiente, en el respeto de la imagen recibida»<sup>28</sup>. En este sentido el hombre es consciente de que la tierra pertenece propiamente a Dios (Lev 25,23) y que él es el administrador. «La expresión “someted la tierra” tiene un amplio alcance. Indica todos los recursos que la tierra (e, indirectamente el mundo visible) encierra en sí, y que, mediante la actividad consciente del hombre, pueden ser descubiertos y oportunamente usados»<sup>29</sup>. La actividad económica —y en ella la empresarial— se encuadra en la labor de desarrollar la creación y se engarza así en el designio de Dios. El mismo desarrollo económico, científico, técnico, etc., por acelerado que pueda ser, «se coloca en la línea del plan original del Creador; lo cual está necesaria e indisolublemente unido al hecho de que el hombre ha sido creado, varón y hembra, “a imagen de Dios”» (*ibid.*).

Esta visión coincide sustancialmente con la posición del desarrollo sostenible puesto que concibe el papel del hombre como administrador de la creación mediante su inteligencia (que en la DSI se conecta con el ser «imagen»), y le indica la necesidad de hacer un uso «oportuno», es decir, prudente, de los recursos naturales, de las adquisiciones de la ciencia y la tecnología al servicio de la humanidad (CDSI 458)<sup>30</sup>. Así como en la base de la sostenibilidad se encuentra la conciencia de que el hombre no puede ser un dominador despótico de la creación, también la DSI señala lo mismo porque el hombre ha recibido la creación como un don

28. JUAN PABLO II, Enc. *Sollicitudo rei socialis*, 30 (en adelante SRS).

29. IDEM, Enc. *Laborem exercens*, 4.

30. Coincide, por ejemplo, con la concepción de la sostenibilidad como uso prudente de los recursos naturales, humanos, creados por los hombres, sociales, científicos, culturales, etc. (Cfr. T.N. GLADWIN y otros, cit., 877). El Compendio puntualiza, haciéndose eco de la enseñanza de Juan Pablo II, que los avances e investigaciones científicas y tecnológicas han de subordinarse «a principios morales y valores que respeten en su totalidad la dignidad del hombre» (CDSI 458).

de Dios que ha de ser perfeccionado, y del que tiene que dar cuenta como el administrador ante su Señor.

Pero además, del mismo pasaje del Génesis la DSI extrae que son todos los hombres de todos los tiempos quienes han recibido este don y esta misión: «Dios ha dado la tierra a todo el género humano para que ella sustente a todos sus habitantes, sin excluir a nadie ni privilegiar a ninguno (...) Ésta, por su misma fecundidad y capacidad de satisfacer las necesidades del hombre, es el primer don de Dios para el sustento de la vida humana»<sup>31</sup>. El principio del destino universal de los bienes, formulado modernamente en GS<sup>32</sup>, proporciona una razón poderosa para compartir la idea de desarrollo sostenible que está en la base de la CS. Efectivamente, «Dios ha destinado la tierra y cuanto ella contiene para uso de todos los hombres y pueblos. En consecuencia, los bienes creados deben llegar a todos en forma equitativa bajo la égida de la justicia y con la compañía de la caridad». Se trata de un principio que, como es sabido, prevalece sobre el bien que protege el derecho de propiedad cuando hay verdadera colisión entre ambos bienes.

Cuando el desarrollo sostenible invita a pensar en la generación presente y en las sucesivas sienta las bases para poner la actividad empresarial en la línea del destino universal de los bienes. Aun siendo esto muy general, ¿cómo no ver aquí una convergencia fundamental? La concepción de fondo de la sostenibilidad conecta bien con este principio de la DSI. Ésta proclama expresamente que «en la época de la globalización, se debe subrayar con fuerza la solidaridad entre las generaciones» (CDSI 367). En este punto la coincidencia es total. Apoyada en el principio del destino universal de los bienes, la doctrina social afirma claramente que es «moralmente ilícito y económicamente contraproducente descargar los costos actuales sobre las futuras generaciones: moralmente ilícito, porque significa no asumir las responsabilidades, económicamente contraproducente porque la corrección de los daños es más costosa que la prevención» (*ibid.*).

En esta misma línea, la DSI considera que nuestro tiempo está marcado por la globalización (CDSI 361ss). En general, el reciente Compendio está atravesado por la conciencia de una interdependencia

31. JUAN PABLO II, Enc. *Centesimus Annus*, 31 (en adelante CA).

32. Cfr. CONCILIO VATICANO II, Const. Past. *Gaudium et Spes*, 69 (en adelante GS).

cada vez mayor en los diversos ámbitos, si bien en el económico es aún más patente<sup>33</sup>. Preocupan los indicios de aumento de la falta de equidad entre los propios países industrializados y más todavía respecto a aquellos en vías de desarrollo. Para la DSI «el desafío consiste en asegurar una globalización en la solidaridad, una globalización sin dejar a nadie al margen»<sup>34</sup>. La sostenibilidad, por su parte, es ante todo resultado de la conciencia de interdependencia de los sistemas y de los hombres en el espacio y en el tiempo. Por eso también bajo esta perspectiva es un concepto válido para enfocar la actividad empresarial.

Con esta conciencia de interdependencia y de perseguir una meta común que supera los propios objetivos empresariales, la CS ofrece buenas posibilidades para comprender ese aspecto del bien común no siempre bien entendido: «el bien común no consiste en la simple suma de los bienes particulares de cada sujeto del cuerpo social. Siendo de todos y de cada uno es y permanece común, porque es indivisible y porque sólo juntos es posible alcanzarlo, acrecentarlo y custodiarlo también en vistas al futuro» (CDSI 164). La sostenibilidad puede ser un ejemplo de cómo es posible trabajar por el bien común desde una posición empresarial concreta, a la vez que se persigue el fin propio de producción y distribución de bienes y servicios.

Frente a la extendida convicción de que, en última instancia, se trata sólo de obtener beneficios, la sostenibilidad supone encuadrar el bien particular de la empresa en el horizonte del bien común global, aunque ello implique introducir correctores. Es más, la DSI ha sostenido siempre que la búsqueda del bien común es meta prioritaria de toda expresión de la sociabilidad —y la empresa lo es— porque es la razón de su propia subsistencia<sup>35</sup>. Por esta razón «han de acomodar sus intereses a las necesidades de los demás»<sup>36</sup>.

Las nuevas condiciones y posibilidades que introduce la globalización traen consigo nuevas responsabilidades para las empresas —especialmente las grandes— de cara al bien común. Sin embargo, el desa-

33. Sirven de muestra las voces «globalización» e «interdependencia» del índice del CDSI.

34. JUAN PABLO II, *Mensaje para la Jornada Mundial de la Paz 1998*, 3 (en CDSI 363).

35. Cfr. JUAN XXIII, Enc. *Pacem in Terris*, BAC, Madrid 1992, 53 y 56.

36. *Ibid.*

rollo sostenible es ordinariamente una propuesta de tipo «macroeconómico» y es claro que a las empresas no se les puede exigir el mismo planteamiento que a los estados y organismos internacionales porque son realidades diversas. No obstante, sí es generalmente aceptado que las empresas —en especial las multinacionales— son un elemento intermedio de gran importancia en vistas a la operatividad del proceso hacia el desarrollo sostenible: se hace necesario un esfuerzo de «interiorización» y esto ha de ser precisamente la CS.

Llegamos así al punto más característico de la concepción sobre el desarrollo, «que no coincide con el que se limita a satisfacer los deseos materiales con el crecimiento de los bienes, sin prestar atención al sufrimiento de tantos y haciendo del egoísmo de las personas y de las naciones la principal razón» (SRS 10). Antes bien, «es el paso, para cada uno y para todos, de condiciones de vida menos humanas a condiciones más humanas»<sup>37</sup>. Si Pablo VI en su novedosa encíclica promovió un desarrollo integral —de todo el hombre y de todos los hombres— y solidario al servicio del hombre (PP 42), Juan Pablo II insistió en SRS en que la conciencia de interdependencia entre los pueblos es una categoría de tipo moral cuya respuesta ha de ser la solidaridad, es decir, «la determinación firme y perseverante de empeñarse por el bien común» (SRS 38). De esta manera la DSI especifica el tipo de deuda moral de la que es consciente el enfoque de sostenibilidad (PP 48; CDSI 332 y 333).

Tanto el enfoque de sostenibilidad como la DSI consideran que el desarrollo no tiene una única dimensión económica (PP 14; SRS 15 y 28). La CS alza la mirada a la dimensión ecológica y social. La DSI comparte la idea, proclama la necesidad de afrontar la dimensión cultural, política y simplemente humana del subdesarrollo (SRS 15); pero va más al fondo y expresa la razón de todo ello: el carácter moral del desarrollo. «Si toda esta considerable masa de recursos y potencialidades (...) no es regida por un objetivo moral y por una orientación que vaya dirigida al verdadero bien del género humano se vuelve fácilmente contra él para oprimirlo» (SRS 28). Por eso también, en la actual encrucijada de gran interdependencia, es necesario «un crecimiento en el plano ético-social igualmente intenso» (CDSI 192). ¿No se percibe aquí también la nece-

37. PABLO VI, Enc. *Populorum Progressio*, 20 (en adelante PP).

sidad de la dimensión «espiritual» de un desarrollo que quiera ser sostenible (PP 76; SRS 10 y 29)?

La CS debe tener esto en cuenta. De lo contrario en las empresas puede darse la combinación de una aparente imagen externa de «sostenibilidad» con conductas internas no éticas. Lamentablemente, en los últimos años se nos han propuesto algunos ejemplos de esta incoherencia de fondo, reflejo de un «subdesarrollo moral» (PP 19).

#### 4. SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA, ECOLÓGICA Y SOCIAL

La persecución de una actividad económica sostenible pasa por la superación de la conducta individualista que, en el fondo o también en la forma, no tiene más interés que la cuenta de resultados. La CS rechaza teóricamente esta visión, que es claramente encuadrable en un planteamiento tecnocentrista. En un pasaje que se ha hecho ya lugar común, Juan Pablo II reconocía el justo y necesario valor de los beneficios para la actividad empresarial, pero advertía que «la finalidad de la empresa no es simplemente la producción de beneficios (...). Los beneficios no son el único índice de las condiciones de la empresa. (...) son un elemento regulador de la vida de la empresa, pero no el único; junto con ellos hay que considerar otros factores humanos y morales que, a largo plazo, son por lo menos igualmente esenciales para la vida de la empresa» (CA 35).

Subrayemos aquí dos elementos típicos del enfoque de sostenibilidad. Por una parte, se promueven otras dimensiones —humana y ética— para superar una concepción estrecha del crecimiento económico; por otra, se insiste en el carácter esencial de estas dimensiones de cara a la viabilidad de la empresa, y se invita a la consideración del largo plazo. Nos parece que la DSI propone aquí una concepción de la actividad empresarial en gran parte coincidente con el planteamiento de sostenibilidad. Por su parte, el Compendio contempla la dimensión medio ambiental cuando afirma que «una economía que respete el medio ambiente no buscará únicamente el objetivo de máximo beneficio, porque la protección ambiental no puede asegurarse sólo en base al cálculo financiero de costos y beneficios» (CDSI 470; CA 40).

Llegados a este punto, es necesario advertir que la verdadera CS requiere un cambio de mentalidad difícil, que no está en absoluto garan-

tizado por la etiqueta de «sostenibilidad» que pueda lucir una empresa. Existen distintos niveles de compromiso con la sostenibilidad<sup>38</sup>: desde aquellos que se limitan a gestionar las externalidades para evitar amenazas, hasta los que se proponen producir el máximo valor económico, social y ecológico, pasando por los que ven en la sostenibilidad un instrumento estratégico conveniente en estos momentos.

Esto último supone adoptar el enfoque de sostenibilidad (vale igualmente para la CSR o la CC) porque en estos momentos «lo pide el mercado». Es bien sabido que hay teorías que ven la preocupación por las cuestiones sociales, ecológicas, etc., como meros instrumentos para la maximización del beneficio<sup>39</sup>. En primer lugar, no está asegurado el éxito económico de la CS. Hay estudios contradictorios sobre la «rentabilidad» de la CS, aunque también se cuestiona la fiabilidad de dichos estudios<sup>40</sup>. En segundo lugar, esta visión instrumental es insuficiente porque no tiene en cuenta que el mercado pide «sostenibilidad» porque hay una serie de valores emergentes en las personas —y especialmente en los distintos «stakeholders» o partes afectadas—, que les lleva a demandar a las empresas un cambio de mentalidad<sup>41</sup>. Desde el punto de vista ético el referente no puede ser en última instancia «lo pide el mercado», sino los valores que provocan esa demanda. De otra manera la CS traicionaría los mismos principios que persigue el desarrollo sostenible y no sería sino una forma solapada de hipocresía. Por otra parte, nos encontraríamos ante una visión relativista, es decir, guiada en puntos fundamentales sólo por una ley esencialmente cambiante y cambiante.

La auténtica CS supone un cambio de valores o, si se quiere con otras fórmulas, un cambio de mentalidad, de estilo, o incluso una conversión. De esto se es consciente tanto en el ámbito de la CS, que llega

38. Cfr. D. WHEELER y otros, cit.; M. VAN MARREWIJK y M. WERRE, «Multiple Levels of Corporate Responsibility», *Journal of Business Ethics*, 44 (2003), 107-119.

39. Para un esquema general de las distintas posiciones: I. GARRIGA y D. MELÉ, «Corporate Social Responsibility: Mapping the Territory», *Journal of Business Ethics*, 53 (2004), 51-71.

40. O. SALZMANN, A. IONESCU-SOMERS y U. STEGER, «The business case for corporate sustainability: Literature Review and Research Options», *European Management Journal*, 23 (2005/1), 27-36.

41. C. VALOR, cit., 197.

a hablar de «conversión»<sup>42</sup>, como en la DSI. Esta última propone una «conversión» con un significado diverso: «la necesidad urgente de un cambio en las actitudes espirituales que definen las relaciones de cada hombre consigo mismo, con el prójimo, con las comunidades humanas, incluso las más lejanas, y con la naturaleza; y ello en función de unos valores superiores, como el bien común, o el pleno desarrollo “de todo el hombre y de todos los hombres” según la feliz expresión de la Encíclica *Populorum Progressio*» (SRS 38; PP 48).

Se trata de cambios que afectan a los productos mismos, a los modos de producir en relación con el uso de la energía, la contaminación, el respeto de la biodiversidad, etc.<sup>43</sup> Pero hay cambios quizás más comprometedores. En palabras que provienen del ámbito de la CS, las empresas «no pueden seguir fomentando activamente la creación de sociedades de consumo. No pueden continuar alimentando el consumo expansivo y el consumismo mediante promociones agresivas y campañas publicitarias (...). Las empresas deben aprender a convivir con un consumo ecológicamente responsable y urgir a las personas a utilizar productos adecuados y estrategias adecuadas de producción, distribución y promoción»<sup>44</sup>. Por su parte, la DSI constata que «la excesiva disponibilidad de toda clase de bienes materiales para algunas categorías sociales, fácilmente hace a los hombres esclavos de la “posesión” y del goce inmediato, sin otro horizonte que la multiplicación o la continua sustitución de los objetos que se poseen por otros todavía más perfectos. Es la llamada civilización del “consumo” o consumismo, que comporta tantos “desechos” o “basuras”» (SRS 28).

La DSI denuncia que con frecuencia se potencian hábitos de consumo y estilos de vida contraproducentes, apelando directamente a los

42. J. ELKINGTON, «Toward the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development», *California Management Review* (1994/4), 90-100.

43. Respecto a las fuentes energéticas la convergencia de la DSI con el enfoque de sostenibilidad y la misma CS puede constatarse en CDSI 470.

44. P. SHRIVASTAVA, «The role of corporations in achieving ecological sustainability», *Academy of Management Review*, 20 (1995/4), 936-960; 939: «[corporations] cannot continue to actively foster the creation of consumer societies. They cannot continue to encourage expanding consumption and consumerism through aggressive promotion and advertising campaigns (...). Corporations must learn to live with ecologically responsible consumption and urge people to use appropriate products and appropriate production, distribution, and promotion strategies» (ésta y las siguientes traducciones al castellano son nuestras).

instintos y «prescindiendo de uno u otro modo de su realidad personal, consciente y libre» (CA 36). Desde ahí la Iglesia propone una «gran obra educativa y cultural» basada en una imagen integral del hombre, que comprenda a productores, a los consumidores en sus decisiones económicas, a los profesionales de los medios de comunicación y a las autoridades públicas (*ibid.*, CDSI 375 y 376).

Una verdadera sostenibilidad conduciría a examinar también las propias estrategias de marketing desde esta perspectiva. Para la DSI este aspecto es fundamental mientras que la CS no siempre lo toma suficientemente en cuenta<sup>45</sup>.

En el ámbito ecológico la DSI ha ido recordando con intensidad creciente la dimensión moral que encierra el uso de los recursos naturales. Primero se refiere a la «explotación inconsiderada de la naturaleza»<sup>46</sup>; después al «dominio absoluto» (SRS 34), que usa los recursos naturales como si fueran inagotables, poniendo «seriamente en peligro su futura disponibilidad, no sólo para la generación presente, sino sobre todo para las futuras» (*ibid.*); más tarde denuncia que «el hombre suplanta a Dios y con ello provoca la rebelión de la naturaleza, más bien tiranizada que gobernada por él» (CA 37).

De nuevo hay convergencia con el enfoque de sostenibilidad en el Compendio<sup>47</sup>. En particular este documento critica con claridad la visión «tecnocentrista» cuando rechaza el presupuesto, «que se ha revelado errado, de que existe una cantidad ilimitada de energía y de recursos utilizables, que su regeneración inmediata es posible y que los efectos negativos de las manipulaciones de la naturaleza pueden ser fácilmente absorbidos» (CDSI 462; 470). A partir de ahí, «se ha difundido y prevalece

45. Por ejemplo, en el modelo de informe de sostenibilidad que propone la «Global Reporting Initiative 2002», la información sobre cuestiones relativas a la publicidad de la empresa es una posibilidad «adicional», pero no esencial, de cara a un informe de sostenibilidad (<http://www.globalreporting.org/guidelines/2002.asp>, accedido en febrero 2006). No obstante, en el nuevo modelo de informe (la «Guía G 3») la información sobre el cumplimiento de las leyes y códigos de conducta respecto a la comunicación de marketing es obligatoria (cfr. la guía para la elaboración del informe de sostenibilidad en <http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/SpanishPage.htm>, accedido en octubre 2006).

46. PABLO VI, Carta Apca. *Octogesima adveniens*, 21 (en adelante OA).

47. Es muy ilustrativo en esta línea todo el capítulo X, titulado «salvaguardar el ambiente» (nn. 451-487).

una concepción reductiva que entiende el mundo natural en clave mecanicista y el desarrollo en clave consumista. El primado atribuido al hacer y al tener más que al ser, es causa de graves formas de alienación humana. Una actitud semejante no deriva de la investigación científica y tecnológica, sino de una ideología cientifista y tecnócrata que tiende a condicionarla» (*ibid.*, 462).

La visión del medio ambiente de la DSI se funda en el designio de Dios expresado en el Génesis, y se desarrolla a partir de los principios de la dignidad humana, destino universal de los bienes y solidaridad. Desde esta posición trascendente, el Compendio critica expresamente —por motivos morales— la «noción del medio ambiente inspirada en el ecocentrismo y el biocentrismo» (CDSI 463). La DSI señala tanto el error de la filosofía de la «New Age», que termina por divinizar la naturaleza<sup>48</sup>, como la perniciosa pretensión de «eliminar la diferencia ontológica y axiológica entre el hombre y los demás seres vivos, considerando la biosfera como una unidad biótica de valor indiferenciado. Así se elimina la responsabilidad superior del hombre a favor de una consideración igualitaria de la “dignidad” de todos los seres vivos»<sup>49</sup>.

Respecto a los problemas derivados de la población mundial, esta concepción toma como solución favorita las medidas de control de la natalidad, alternativa fácil pero que implica la renuncia a estudiar el problema hasta el fondo. Hay que advertir que en este punto la frontera entre los distintos paradigmas de desarrollo tiende a desvanecerse, pues también las posiciones supuestamente más moderadas —como tendremos ocasión de ver— potencian esta clase de abuso contra la dignidad humana. En este sentido la DSI no ha dudado en resaltar la hipocresía que supone proclamar la amenaza demográfica cuando «en el norte este problema es de signo inverso: aquí lo que preocupa es la caída del índice de natalidad, con repercusiones en el envejecimiento de la población, incapaz incluso de renovarse biológicamente. Fenómeno éste capaz de obstaculizar de por sí el desarrollo» (SRS 25). Como decía el Cardenal

48. Cfr. CONSEJO PONTIFICIO DE LA CULTURA y CONSEJO PONTIFICIO PARA EL DIÁLOGO INTERRELIGIOSO, *Jesucristo, Portador del agua de la vida. Una reflexión cristiana sobre la «Nueva Era»*, Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano 2005, 35.

49. JUAN PABLO II, *Discurso a los participantes en un Congreso Internacional sobre «Ambiente y salud»* (24.III.1997), 5 (citado en CDSI 463).

Sodano en la Conferencia de Río de 1992, «no puede justificarse moralmente la actitud de una parte del mundo que, sin dejar de proclamar los derechos del hombre, se atreve a pisotear los de las personas que se hayan en situaciones menos privilegiadas»<sup>50</sup>.

Sin embargo en la posición ecocéntrica hay elementos aprovechables. Por ejemplo, puede encontrarse un punto en común cuando el Compendio promueve nuevos estilos de vida «presididos por la sobriedad, la templanza, la autodisciplina, tanto a nivel personal como social. Es necesario abandonar la lógica del mero consumo y promover formas de producción agrícola e industrial que respeten el orden de la creación y satisfagan las necesidades primarias de todos» (CDSI 486). En realidad, un enfoque de sostenibilidad honesto también suscribiría esta afirmación.

En general, a la DSI le preocupa «una visión del hombre y de las cosas desligada de toda referencia a la trascendencia» porque lleva «a rechazar el concepto de creación y a atribuir al hombre y a la naturaleza una existencia completamente autónoma» (CDSI 464). A partir de ahí se perciben los demás elementos como extraños porque «la relación que el hombre tiene con Dios determina la relación del hombre con sus semejantes y con su ambiente»<sup>51</sup>.

Así como la sostenibilidad se inspira en una concepción de interdependencia profunda de los distintos sistemas, también la DSI proclama que «debe darse mayor relieve a la profunda conexión que existe entre ecología ambiental y “ecología humana”» (CDSI 464; CA 38). Esta conocida expresión de Juan Pablo II se refiere a las condiciones que permiten un verdadero ambiente humano, una «ecología social» del trabajo» (CA 38). Entra aquí el universo de iniciativas que potencian el desarrollo sostenible en su dimensión más directamente humana, en el seno de la empresa y de cara al exterior. En este sentido, la DSI promueve una visión de la empresa como «comunidad de personas» (CA 43; CDSI 338) cuya misión fundamental es servir a la sociedad (CA 32; CDSI 338-342). La conciencia de verdadero servicio puede proporcionar a la empresa un cimiento adecuado sobre el que levantar la CS.

50. PONTIFICIO CONSEJO PARA LA FAMILIA, *Evoluciones demográficas y pastorales: «instrumentum laboris»*, Palabra, Madrid 1994, n. 58 (en adelante PCF).

51. JUAN PABLO II, *Discurso a los participantes...*, cit., 4 (citado en CDSI 464).

La mera observación de las prácticas de CS en el ámbito social que recogen los diversos informes de sostenibilidad<sup>52</sup>, genera una valoración positiva: preocupación activa por la salud; esfuerzo por mejorar las condiciones laborales; promoción de la formación continuada; la igualdad de oportunidades; el respeto de los derechos humanos; los dispositivos para evitar la corrupción y los sobornos o la competencia desleal; el diálogo con los diversos grupos relacionados con la empresa; la preocupación por la salud y seguridad del cliente, y un largo etc. Serían deseables los esfuerzos para favorecer la conciliación de la vida familiar y laboral, como un modo concreto de promover la «ecología humana».

Merecen mención especial los programas relativos a la formación de los más desfavorecidos. La DSI siempre ha defendido que el desarrollo pasa por acometer el problema del analfabetismo y promocionar el acceso a los niveles superiores de instrucción (PP 35, SRS 15; 44). Se trata de iniciativas menos vistosas a corto plazo pero más eficaces a medio y largo plazo. Por lo demás, lo característico de la sostenibilidad es la preocupación por el largo plazo, superando así la «estrechez de miras» que denuncia Juan Pablo II (CA 37). Además, teniendo en cuenta las posibilidades de la propia empresa, para la DSI «un programa es más y es mejor que una ayuda ocasional» (PP 50).

Las iniciativas en el ámbito social son voluntarias para la CS, CSR y CC. Sin embargo la DSI, que enfoca la cuestión desde una perspectiva moral, hace notar que hay un auténtico deber moral. La legítima propiedad que posee la empresa, junto con el poder que le proporciona llevan consigo una responsabilidad de cara a los demás, felizmente conceptualizada como «hipoteca social», es decir, posee, como cualidad intrínseca, una función social fundada y justificada precisamente sobre el principio del destino universal de los bienes» (SRS 42)<sup>53</sup>. Esto, naturalmente, ha de adaptarse a la situación de la empresa que, por otra parte, realiza ya una función social en la medida en que su patrimonio está puesto al servicio de la creación de puestos de trabajo y la producción de

52. Puede verse la propuesta de «Global Reporting Initiative» (nota 45) o también consultar numerosos informes en «sustainability-reports» (<http://www.enviroreporting.com/service/>, accedido en octubre 2006).

53. Cfr., también, JUAN PABLO «II, Discurso de apertura de la III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano (28.I.1979)», en *AAS* 71 (1979), 189-196.

bienes y servicios útiles. Lo que se quiere resaltar es, en definitiva, que «cuanto más se acrecienta el poder del hombre, más amplia es su responsabilidad individual y colectiva» (GS 34). Esta responsabilidad no es voluntaria.

No ha de perderse de vista que toda CS se basa en una determinada concepción del desarrollo sostenible. Con palabras de Pablo VI, «toda acción social implica una doctrina» (PP 39). Hemos visto cómo la DSI insiste en la necesaria dimensión moral para un verdadero desarrollo. Esta dimensión no está en absoluto garantizada por el sustrato intelectual de la CS y cada empresa ha de llevar a cabo un discernimiento moral cuando se nutre de las tendencias imperantes a la hora de plantear la CS. Con cierta frecuencia se observa en las prácticas de CS el seguimiento de lo que se considera políticamente correcto, la opción de la mayoría, o lo recomendado por los diversos organismos internacionales, sin que eso sea verdaderamente ético.

Por una parte, cabe en el planteamiento de sostenibilidad una visión del mundo que ponga en tela de juicio la existencia de la verdad, de manera que de lo que se trata es de lograr posiciones intermedias entre los extremos del tecnocentrismo y el ecocentrismo, a modo de síntesis de compromiso. Por ejemplo, para Gladwin «ninguna cosmovisión determinada es correcta o errónea. Sostenemos que las tradicionales reivindicaciones de validez de la veracidad, rectitud o juicio estético no parecen ser útiles o convincentes para evaluar cosmovisiones alternativas en relación con el desarrollo sostenible en estos tiempos (...)»<sup>54</sup>. En la medida en que esta afirmación supone renunciar a la verdad sobre el hombre y el mundo, o negar la existencia misma de la verdad en este ámbito, en nuestra opinión este planteamiento está equivocado y, entre otras cosas, abre las puertas al relativismo<sup>55</sup>. Ahora bien, cosa diferente sería defender que no se puede afirmar que «todo» un paradigma es erróneo y no contiene elemento alguno de verdad, pero esto no se dice en ningún lugar. Desde el punto de vista de la DSI, la verdad es alcanzable y precisa-

54. T.N. GLADWIN y otros, cit., 881: «no given worldview is either right or wrong. We contend that traditional validity claims of truthfulness, rightness, or aesthetic judgment are unlikely to be useful or convincing in evaluating alternative worldviews in relation to sustainable development at this time (...)».

55. De hecho, aunque habría que afinar qué entienden por tal, estos autores defienden en su propuesta un «moral pluralism» (p. 891).

mente a partir de la verdad se pueden juzgar las distintas posiciones. De otra manera no tendría sentido la ciencia misma.

Por otra parte —ya lo apuntamos anteriormente— hay un desarrollo sostenible que bebe de las fuentes envenenadas del alarmismo demográfico hasta llegar a conclusiones prácticas opuestas a la dignidad de las personas y, por tanto, a la DSI.

Por ejemplo, Shrivastava afirma en *The Academy of Management Review* que «la pobreza extrema y la indisponibilidad de información y dispositivos para el control de natalidad contribuyen significativamente al crecimiento de la población»<sup>56</sup>. En su opinión, solucionar este problema «requiere educación pública y distribución masiva de información y ayudas para el control de natalidad. Las empresas (...) pueden tener influencia sobre los problemas de control de la población en los países en vías de desarrollo y en la reducción del impacto ambiental de la población rica en los países industrializados»<sup>57</sup> (*ibid.*). Con estas premisas el autor propone medidas y ejemplos reales: «Las empresas también pueden ayudar mediante la educación del público respecto a la información y ayudas sobre planificación familiar a través del uso de sus redes de distribución y posibilidades logísticas. (...) Estos canales de distribución pueden ser utilizados para llevar sistemáticamente dispositivos de control de natalidad a los hogares rurales. Debido a lo delicado del tema del control de natalidad, estos esfuerzos se abordan de la mejor manera cooperando con instituciones locales. Por ejemplo, las sucursales de compañías multinacionales como Unilever y Union Carbide están participando en programas patrocinados por el gobierno local para distribuir materiales de planificación familiar a las personas de aldeas remotas en la India. Una colaboración similar es posible con organizaciones benéficas y ONGs»<sup>58</sup>.

56. P. SHRIVASTAVA, cit., 952: «extreme poverty and the unavailability of birth control information and devices significantly contribute to population growth».

57. *Ibid.*: «requires public education and mass distribution of birth control information and aids. Corporations (...) can have an influence on both the problems of population control in developing countries and the reduction of the environmental impact of affluent populations in industrialized countries».

58. *Ibid.*, 953: «Corporations also can help through educating the public about family-planning information and aids through the use of their distribution networks and logistical capacities. (...). These distribution channels can be used to systematically bring birth-control devices to rural households. Because the sensitivity of birth-control

A la vuelta de los años el ejemplo ha cundido y así, por ofrecer otra muestra, una compañía tan conocida como Adidas-Salomon, miembro del WBCSD, presenta con toda normalidad en su Informe de Sostenibilidad 2004<sup>59</sup> sus programas de «salud reproductiva» (pp. 40 y 52). Este programa se ejecuta en Vietnam en colaboración con «Marie Stopes International», y consiste en el establecimiento permanente de una clínica de «salud reproductiva» para los trabajadores y comunidades circundantes. Además está proyectada su extensión a China y a Honduras. El informe no especifica el tipo de prácticas que se realizan bajo la rúbrica de «salud reproductiva» pero el ideario de la organización a quien Adidas ha confiado esos «cuidados» es inequívoco: como es sabido, MSI —cito de su página web— «proporciona una gama de servicios contraceptivos en 38 países. Estos servicios incluyen: esterilización masculina; vasectomía (...); la píldora; (...) contracepción de emergencia»<sup>60</sup>, así como «la provisión de servicios cualificados de aborto en los países donde el procedimiento es legal, incluyendo la atención post-aborto, adiestramiento en la aspiración manual al vacío (MVA) y en planificación familiar post-aborto»<sup>61</sup>, entre otros.

Ante semejante planteamiento se ha de afirmar que nunca será viable un modelo de sostenibilidad que esté dispuesto a llegar al extremo de suprimir la vida humana inocente, porque la injusticia —como la mentira— hace insostenible a largo plazo todo lo que pretende construir.

Al margen del interés económico que pueda tener una empresa en este tipo de prácticas (en el caso de Adidas reconocen que «la mayoría de

issues, these efforts are best undertaken in cooperation with local institutions. For example, subsidiaries of multinational companies, such as Unilever and Union Carbide, are participating in local, government-sponsored programs to distribute family-planning materials to people in remote rural villages in India. Similar collaboration is possible with charitable and nongovernmental voluntary organizations».

59. <http://www.adidas-group.com/en/sustainability/reports/default.asp> (accedido en octubre 2006).

60. <http://www.mariestopes.org.uk/uk/services.htm> (accedido en octubre 2006): «provides a range of contraceptive services across 38 countries. These include: female sterilisation, vasectomy, (...) the pill (...) emergency contraception».

61. *Ibid.*: «the provision of quality abortion services in countries where the procedure is legal, including post-abortion care, training in manual vacuum aspiration (MVA) and post-abortion family planning».

los trabajadores de nuestra cadena de suministros son mujeres»<sup>62</sup>), este modelo de CS sigue de hecho una ideología más profunda para la que «el control de la natalidad sería una condición indispensable y previa al desarrollo duradero de los países pobres» (PCF 24). Por eso, ante casos semejantes es necesario volver a recordar con la DSI que se trata de «soluciones maltusianas aguijoneadas por la propaganda activa en favor de la anticoncepción y del aborto» (OA 18). No hay que olvidar que son «las naciones desarrolladas quienes definen para los demás países, lo que, según su punto de vista, es “desarrollo duradero”. Esto explica el que algunos países ricos y las grandes organizaciones internacionales estén de verdad dispuestos a ayudar económicamente a estos países, pero con una condición: que acepten programas de control sistemático de su natalidad» (PCF 24).

En definitiva, lo que se quiere poner de manifiesto a través de estos ejemplos es que, desde el punto de vista de la DSI, ni la sostenibilidad ni la contribución al desarrollo de los países pobres están garantizadas si las empresas no llevan a cabo un discernimiento ético de las prácticas que se proponen y de sus presupuestos, por más que sean habituales o políticamente correctas.

## 5. CONCLUSIÓN

Tras constatar numerosas convergencias en puntos fundamentales, nos parece que la confrontación de la DSI con la idea y aplicación de la CS arroja un saldo muy positivo. Se está desarrollando una sensibilidad empresarial capaz de hacer una economía *más* humana, es decir, basada en una concepción del hombre y de su entorno más consonante con el proyecto de Dios, con la dignidad del hombre. El enfoque que ofrece la CS trae a la mente con facilidad la enseñanza de Gen 1,25ss. El hombre, que está hecho a imagen y semejanza de Dios, ha recibido la vocación de dominar como administrador de Dios —el verdadero dueño— la creación. Trabajo, economía, ecología, propiedad, etc., reciben unidad de este diseño de Dios en el albor de la humanidad. Por otra parte la co-

62. ADIDAS-SALOMON, *Social and Environmental Report 2004*, 52: «the majority of workers in our supply chain are women». También se puede leer en el informe lo siguiente: «MSI and Adidas-Salomon share a common vision that solutions must be long term, sustainable and cost effective, with direct benefit for factory workers as well as factory owners» (p. 40).

recta aplicación de esta concepción puede ser una valiosa contribución empresarial al desarrollo en general.

El enfoque de sostenibilidad es un planteamiento adecuado para entender los principios de bien común, destino universal de los bienes y solidaridad, en el contexto de la actividad empresarial. Estos tres factores son cruciales para promover un desarrollo económico verdaderamente humano. A su vez, la sostenibilidad implica un cierto cambio de mentalidad en la actividad empresarial que la DSI propone desde hace tiempo. Para la DSI los cambios son comprometedores y no es fácil adoptarlos sin una cierta «conversión». A pesar de esto, y de que las prácticas de CS son en muchos aspectos voluntarias, la «sostenibilidad» puede contribuir a que vaya calando poco a poco la conciencia de la necesidad de un cambio en el planteamiento económico. La CS ha de estar atenta a no caer en un utilitarismo vestido de «sostenibilidad», y fundamentado en última instancia en «lo que el mercado demanda». La auténtica CS se ha de apoyar en y alimentar de una idea sobre el hombre y sobre el mundo que se traduzca en valores verdaderos; la DSI puede ofrecer elementos sólidos para esa base.

La DSI pone de manifiesto que la dimensión ética tiene que estar presente para guiar el esfuerzo de CS en sus aspectos económico, ecológico y social. Cada uno de estos ámbitos han de estar orientados por una ética asentada sobre la dignidad de la persona. Cuando la persona —sea el trabajador, el cliente u otros «stakeholders» o agentes afectados— no es respetada en su dignidad, la CS no es verdadera y a la larga será paradójicamente insostenible. Por tanto, en tales condiciones hablar de contribución al desarrollo sostenible sería más bien una expresión tan bonita como vacía.

Por otra parte nos parece que el campo de la CS (así como la CSR y CC) es muy propicio para un diálogo fructuoso entre la DSI y el mundo empresarial. Como explica Benedicto XVI en su reciente encíclica y en referencia a la DSI, «la Iglesia tiene el deber de ofrecer, mediante la purificación de la razón y la formación ética, su contribución específica, para que las exigencias de la justicia sean comprensibles y políticamente realizables»<sup>63</sup>.

63. BENEDICTO XVI, Enc. *Deus caritas est*, 28.

El proyecto propuesto por la CS plantea directamente la necesidad de pensar en las generaciones futuras, de mirar a largo plazo..., de pensar, en definitiva, en el bien común. El desarrollo solidario auspiciado por la DSI se mueve en esta misma línea y es capaz de confirmar, enriquecer y corregir cuando es necesario las ideas madre de la CS. Por eso en nuestra opinión las aportaciones de la CS son un cauce adecuado y oportuno para transmitir y aplicar en el ámbito empresarial las razonables convicciones de la DSI; y a la vez, la DSI es capaz de ofrecer una dimensión fundamental para hacer de la empresa un proyecto verdaderamente humano. Desde este planteamiento se abre una posibilidad cierta de contribuir desde la empresa al tipo de desarrollo que la persona merece.

Gregorio GUITIÁN  
Facultad de Teología  
Universidad de Navarra  
PAMPLONA