



Revista de Fomento Social, 58 (2003), 377-392

RECENSIONES

ÉTICA

CAMACHO, I; FERNÁNDEZ, J.L.; MIRALLES, J., (2002), *Ética de la empresa*, Bilbao, Desclee de Brouwer y Centros Universitarios de la Compañía de Jesús, 313 págs.

Esta *Ética de la empresa*, aparecida dentro de la innovadora colección «*Ética de las profesiones*», es un buen manual universitario, que aborda la materia con un lenguaje asequible, claro y preciso, y que se propone al servicio de profesores y alumnos de diplomatura y de licenciatura en Facultades de Administración y Dirección de Empresas o de Ciencias Empresariales, así como para otros cursos de '*Ética de los negocios*'. Se trata del mejor manual existente en el ámbito universitario hispánico, bien construido, claro y completo. Sus autores son tres profesores de la asignatura en sendas Facultades de Ciencias Empresariales de la Compañía de Jesús: ETEA, centro adscrito a la Universidad de Córdoba, ICADE, Universidad Comi-

llas de Madrid, y ESADE, Universitat Ramon Llull de Barcelona. Este manual forma parte de la segunda oleada de libros de la mencionada colección, que la editorial Desclee de Brouwer y los centros universitarios de la Compañía de Jesús en España han publicado, tras la primera entrega de febrero de 2002 (*Temas básicos de Ética*, de Xabier Etxeberria, *Ética profesional de la enfermería* de Julio Vielva, y *Ética del trabajo social*, de Francisco J. Bermejo). El libro que comentamos apareció en octubre de 2002, junto con otro de Augusto Hortal, director de la colección, sobre *Ética general de las profesiones*.

La colección en que aparece esta obra forma parte de un proyecto común de dos Universidades jesuitas (Deusto-Bilbao; Comillas-Madrid) y otros seis centros superiores de la Compañía de Jesús (IQS y ESADE en Barcelona, Magisterio en Úbeda, INEA en Valladolid, CESTE en Santander y ETEA en Córdoba), en los que sus profesores de Éticas profesionales vienen desarrollando un conjunto de actividades de coordina-

ción de enseñanzas, formación y publicación, como esta colección de manuales, que quiere servir para la enseñanza de la ética en las diferentes profesiones en que se forman sus alumnos. La declaración de intenciones de la colección subraya que esta formación se hace de forma académica, en términos de racionalidad común y situando las responsabilidades del profesional en el horizonte de justicia social. En dicha colección irán apareciendo otros libros anunciados que cumplirán con el objetivo de reflexionar sobre diferentes éticas aplicadas. En ese proceso ha surgido este proyecto que, no lo dudamos, tendrá influencia en el enfoque académico y pedagógico de esta enseñanza en las universidades españolas y que, probablemente, trascenderá a las naciones iberoamericanas y a sus centros universitarios. Esta colección de manuales universitarios, destinados a la enseñanza y aprendizaje en el sentido más amplio de la palabra, puede tener un alcance mayor, ya que habrá no pocos profesionales que tendrán ahora, o en el futuro, un medio útil para aproximarse a estas éticas aplicadas.

Este manual de *Ética de la empresa* contiene una introducción, 11 capítulos, una conclusión en forma de veinte tesis, y dos apéndices: uno documental y otro bibliográfico. La introducción sitúa al lector ante el libro y avanza alguna de sus ideas-fuerza. Los autores presentan su concepción de empresa: una realidad compleja, con una función social, constituida por diferentes colectivos o agentes implicados (*stakeholders*). A partir del origen de la ética empresarial en los EE.UU. y de la crisis cultural de finales de los años 60, que afectó a la

empresa entre otras instituciones, esta disciplina se ha ido desarrollando de forma variada: se ha implantado en muchos centros superiores, han ido surgiendo importantes revistas, asociaciones y foros de discusión pública, han proliferado los códigos de empresa y se ha introducido como materia de enseñanza en muchos cursos profesionales de directivos como *business ethics*. Los autores advierten desde el principio de un riesgo que se desdobra: para unos la ética de los negocios sería una moda; para otros, que en parte coinciden con los anteriores, la ética empresarial es simplemente rentable. Los autores toman distancia de ambas actitudes, pues ninguna de ellas, por sí sola, legitimaría una asignatura de esta índole.

Este libro de ética justifica la orientación ética en la actividad empresarial como una dimensión inherente a toda actividad humana (justificación antropológica), pero no la sitúa suficientemente, a nuestro juicio, en su dimensión social. Diríamos que el medio camino recorrido es el que separa la ética profesional de la ética social. Echamos en falta en el libro una consideración más explícita de la ética empresarial como ética social y pública. Es probable que la publicación del libro en una colección de éticas profesionales obligue a cierto paralelismo con otras éticas, pero en el que ahora comentamos parece claro que no se trata sólo de una ética de las personas, individualmente consideradas, sino que afecta a un conjunto social y tienen una inseparable dimensión de ética cívica.

Los cuatro primeros capítulos forman una primera parte (aunque los autores no hacen explícita esta división)

que estudia la empresa, su función y su responsabilidad social, el mercado y sus límites, la empresa como organización y la ética de los directivos. Los siguientes capítulos, del quinto al once, van abordando la relación de la empresa con los diferentes '*stakeholders*' (accionistas, trabajadores, usuarios, ... según la división ya clásica), dedicándose un capítulo a la ética fiscal, y otro al medio ambiente y la empresa, que también podrán considerarse '*stakeholders*'. De hecho esta estructura ya deja claro algo de lo que hemos indicado antes: en lugar de la empresa en cuanto institución social, se plantea todo el libro como el desarrollo de la ética de los diferentes agentes implicados en la organización empresarial. Por ello el capítulo 3, la empresa como organización, es la bisagra entre los dos introductorios y los siguientes. Veamos, pues, cada capítulo.

El capítulo 1 se dedica a «La empresa en la sociedad». Después de unas páginas iniciales, el capítulo trata de los fines de la empresa y su dimensión ética y de un tema tan actual como la responsabilidad social de la empresa. En este capítulo se introduce cierta reflexión sobre los modelos de empresa, como unidad de producción y como organización, lo que se reconsiderará en el capítulo 3. Los dos primeros apartados de este capítulo quizá podrían unificarse con los dos apartados primeros del capítulo 2 y conformar una introducción más consolidada a la ética en la empresa. Podría ser interesante que una introducción, previa al desarrollo de los diferentes capítulos, despejase uno de los equívocos frecuentes en quienes acceden a este mundo: sentido personal y

sentido social de la ética empresarial; por otro lado, habría que desarrollar mejor el carácter de ética aplicada de la ética empresarial; aunque la colección ha previsto que no se hagan introducciones repetitivas a la Ética en general, ni a la Ética profesional, pues para ello se han publicado los libros de Etxeberria y de Hortal antes mencionados, algún tipo de planteamiento introductorio es necesario si, como es previsible, el libro se usa de forma autónoma en muchos cursos, seminarios, etc., sin referencia a las obras generales. Este capítulo 1 concluye con una pregunta provocativa que ya ha quedado apuntada: ¿es rentable la ética?

El capítulo 2 es «La actividad económica como marco de la empresa». En él se trata sobre el mercado, después de casi ocho páginas sobre la dimensión social de la empresa. La reflexión ética sobre el mercado sigue tres momentos: el mercado ideal y su valoración ética, sus límites desde la propia lógica del mercado y los límites de éste desde la emergencia de las necesidades no solventes que éste no puede atender y que constituyen el fundamento que legitima el Estado social. El capítulo concluye con un epígrafe sobre la necesidad de completar el mercado. El capítulo 3 está consagrado a «La empresa como organización». Este capítulo que, por un lado, como he dicho, es 'bisagra' fundamental para la propia estructuración del libro, por otro lado está insuficientemente integrado en el conjunto. Tiene una primera parte sobre la empresa como organización; a partir de él se dibuja la estructuración del resto del manual, que aborda los distintos agentes sociales interesados en la empresa,

los distintos 'stakeholders'; más tarde reitera el concepto de responsabilidad en la empresa y concluye con una referencia a los códigos de empresa y sus referentes. Este último aspecto estaría mejor incluido en el capítulo 4, y los otros podrían integrarse bien en el capítulo 1. El capítulo 4 versa sobre «La ética del directivo». Se observa en él un estilo muy diferente al del resto del libro, que aparece también en un enfoque diverso, más cercano al mundo de los directivos de grandes empresas que al de muchos estudiantes de centros universitarios. La proliferación de anglicismos y de siglas es mayor que en el resto del libro. En este capítulo se aborda nuevamente el trabajo de la *Comisión Olivencia: Código de buen gobierno e Informe sobre el Consejo de Administración*, y como anexo del mismo se dedican cinco páginas a reproducir el texto del Código. Por lo ya dicho, parece claro que, en una deseable segunda edición, este capítulo y el tercero deberían ser refundidos, y quizá el contenido restante del tercer capítulo pudiera completar el primero. Parece que así ganaría en claridad y en rigor conceptual el tema. En cualquier caso el capítulo dedicado a los directivos tiene una gran importancia para la mayoría de los lectores del libro y de los estudiantes, pues, no en vano, la ética empresarial surgió en cursos de formación de ética de directivos y a ellos corresponde de forma muy central dar importancia y realizar muchos de los principios orientadores de estos planteamientos. No parece exagerado decir que la Ética empresarial depende en buena medida de la formación de los directivos más que de las actitudes de los propietarios o los trabajadores, por no mencionar otros 'stakeholders'.

«La empresa y los accionistas» es el contenido del capítulo 5. A partir de aquí comienza una segunda serie de capítulos dedicados a los diferentes agentes de la empresa. Este quinto capítulo, que podría preceder al anterior sobre los directivos, está dedicado a los dueños de la empresa, y enfatiza el principio de transparencia en el comportamiento del accionariado. El importante capítulo 6 gira en torno a «La empresa y los trabajadores». Contiene cuatro importantes núcleos: el derecho al trabajo, como contexto; los derechos de los trabajadores, muy bien elaborado, claro y con posibilidades de desarrollos ulteriores; las relaciones de negociación y la resolución de conflictos entre propietarios, y directivos, de la empresa y los trabajadores (en el que, nos parece, sobra la pequeña digresión sobre el episódico cierre patronal, junto al derecho de huelga); por último, el trabajo en la sociedad postindustrial. Este capítulo, verdaderamente logrado, deberá reescribirse o duplicarse en poco tiempo, cuando sea imposible seguir pensando la ética empresarial en la cultura de la sociedad industrial, y hayan de concebirse muchos temas de nueva forma. El último epígrafe, con sus alusiones suficientes a la sociedad de la información, abre nuevas perspectivas para pensar esta ética empresarial postindustrial. El capítulo 7 trata de «la empresa y los usuarios y consumidores». Este capítulo abarca varios núcleos: las dos teorías sobre la responsabilidad de las empresas en relación con los consumidores, y una perspectiva sintética de ambas; la cultura, que sigue desarrollándose, sobre los derechos de los consumidores; la mercadotecnia (el manual utiliza, contra su costumbre, el

anglicismo 'marketing' hoy asumido). Un apéndice de 4 páginas y media informa sobre el 'comercio justo'. El siguiente capítulo, el 8, «La empresa y los competidores y proveedores», en que se abordan, dentro del marco del mercado (con ciertas reiteraciones del tema 2) cuestiones como el concepto de competencia, las patentes, la propiedad y el secreto, así como las relaciones con los proveedores.

El complejo capítulo 9 está dedicado a «La empresa y el Estado (la administración pública)». Comienza con un epígrafe dedicado al papel del Estado en la economía, en el que se aborda un balance de los sistemas económicos, la crisis hodierna del Estado social y las funciones del Estado en la economía. Si bien es cierto que el Estado, en cuanto administración pública, en sus funciones principalmente inspectoras y, sobre todo, fiscales, es uno de los '*stakeholders*' de las empresas, parece claro que el papel del Estado no es sólo éste. Por eso el libro combina en este capítulo un interesante y claro epígrafe sobre las coordenadas básicas de una ética fiscal, con el apartado primero citado que trata sobre líneas fundamental de filosofía política y política económica. Un tercer apartado trata sobre las distintas relaciones de la empresa con el Estado. A «La empresa y el medio ambiente» se dedica el capítulo 10. Una primera y amplia información sobre la sensibilización en temas medioambientales da cuenta detalladamente sobre distintos informes (Club de Roma, Brundtland, PNUD) y conferencias (Estocolmo, Río de Janeiro, Kyoto), después se hacen algunas consideraciones sintéticas y se aborda la responsabilidad de la empresa en

relación con el medio. El capítulo concluye con una reflexión general, «hacia un replanteamiento más de raíz». Por último «Ética y finanzas», capítulo 11, cierra el recorrido de temas de este libro. Una explicación sobre la economía financiera y sus cambios recientes da paso a la reflexión ética sobre la misma, abordando distintas cuestiones: complementariedad entre ésta y la economía real, especulación, información privilegiada, etc.

Los autores, a modo de conclusión, proponen «*20 tesis sobre ética empresarial*» en que resumen el contenido del libro y hacen explícitas sus opciones fundamentales en su concepción de empresa. A pesar de su brevedad, estas cuatro páginas son de gran utilidad por su claridad y porque aclaran, quizá por su concisión y estilo categórico, algunas de las afirmaciones del libro y parecen avanzar más que el propio texto, lo que siempre es deseable: la conclusión se transforma así en una obertura de la reflexión y del compromiso a que los lectores y futuros empresarios, directivos, gobernantes, etc., están invitados. Un apéndice de 9 páginas recoge la "*Caux ronde table*" con su declaración de '*Principios para los negocios*', o '*Principios de Caux*'. Los autores de éstos, empresarios líderes de Europa, Japón y los Estados Unidos, hicieron un esfuerzo para que tuvieran una validez universal y expresasen sintéticamente las exigencias éticas de la empresa. En ellos se abordan cuestiones como la responsabilidad de las empresas con los '*stakeholders*', la dimensión mundial del impacto en las empresas, el principio de transparencia, el respeto de las reglas, el apoyo al comercio multilateral, el res-

peto por el medio, etc. Otra sección de esta declaración se refiere detalladamente a los diferentes *'stakeholders'*. La bibliografía, dividida en general y citada, es muy completa y abundante (alrededor de 180 entradas).

Concluyo este comentario con una breve valoración: reitero que estamos ante un excelente libro universitario y un apreciable medio para la formación empresarial. Tres rasgos caracterizan este manual: equilibrio en sus posiciones, con cierta tendencia a las intermedias; claridad expositiva y orden didáctico; buenas proporciones y dimensiones del conjunto y de cada capítulo, lo que ayuda a conseguir que el libro tenga un adecuado ritmo de lectura y comprensión. Los temas están abordados desde una ética común, una *'ética de mínimos'*, en las que no aparece ni una referencia teológica ni al pensamiento social cristiano. Esto hace que el libro sea especialmente apto para utilizarlo en todo tipo de ámbitos profesionales, académicos y cívicos. Lo que es una virtud de éste, porque lo hace asequible para lectores sin especial formación filosófica o teológica, es también una importante limitación. Quiero explicar brevemente este punto que me parece, sin embargo, de la mayor importancia. Por un lado es loable el esfuerzo por acercarse a una *'ética de mínimos'*, común a varias concepciones, compartida por una amplia comunidad lingüística, cívica e intelectual, y punto de partida del diálogo en su interior. Si pensamos en los alumnos de muchos de nuestros centros, que acceden a ellos sin buscar específicamente la orientación cristiana del enfoque en sus estudios, esta opción parece saludable y coherente.

Por otra parte podemos considerar que la ausencia de cualquier referencia al pensamiento social cristiano, que tiene una larga y densa trayectoria sobre estos temas y cuestiones resulta sorprendente, y puede resultarlo, aún más, en otros alumnos y lectores que, precisamente, lo que busquen como rasgo diferencial en una colección de libros de éticas profesionales de centros universitarios de la Compañía de Jesús sea la exposición explícita y argumentada de estas posiciones específicas de una ética social pensada en un horizonte interpretativo cristiano.

A partir de una *'ética de máximos'* de inspiración cristiana, que tiene vocación de ética pública, se trataría de poder dar razón de la coherencia, legitimidad y plausibilidad de su argumentación. El lector especializado no dudará, en muchos casos, de cuáles son algunas fuentes inspiradoras de ciertas orientaciones; en otros casos, echará en falta una reflexión explícita sobre el contenido originario de las enseñanzas sociales cristianas en ciertos temas: la propiedad y en concreto la propiedad privada de los medios de producción, la destinación universal de todos los bienes, el acceso a la misma, los límites del lucro y del beneficio, el sentido social de la propiedad, la huelga, el sindicalismo, el beneficio empresarial y el bien común, la distribución de la renta y de las riquezas, las bases de la fiscalidad, la expropiación, las formas de propiedad y de empresa social y cooperativa, el sector empresarial sin lucro, la libre competencia, la participación del trabajador en la empresa, el accionariado obrero, el salario justo y social, el derecho a la iniciativa económica y a la subjetividad

económica, etc. Además de las otras sugerencias realizadas para la reordenación de sus contenidos, sería bueno desarrollar más y mejor tanto la ética fiscal del pequeño y mediano empresario, como la fundamentación y la legitimación del Estado de bienestar en cuanto recaudador y redistribuidor de renta, los procesos de elaboración de los códigos éticos y de los comités de ética empresarial y el asesoramiento ético en las empresas. Se nos dirá, con razón, que se trataría de otro libro. El tema y la perspectiva adoptada por los autores lo merecen y permiten esperar que este manual tenga nuevas ediciones y am-

pliaciones en otros estudios en temas de tanta actualidad e importancia, también para la permanente actualización de la enseñanza social cristiana, perspectiva de nuestra revista que antes hemos señalado. En resumen, un libro imprescindible para la enseñanza en centros superiores y para la formación de muchos empresarios que quieran mejorar su gestión éticamente responsable; un libro que marca un punto de partida para nuevas investigaciones y ampliaciones.

José María Margenat Peralta, S.J.