



# XVIII Congreso de EBEN España “Teoría Superior de Stakeholder” Bilbao 23-25 Junio 2010

## MESA 1 DE COMUNICACIONES



***Un modelo de empresa  
pluralista como condición de  
posibilidad de una  
ciudadanía completa:  
Empresa ciudadana***



**Granados García, Juana Mari**

# **UN MODELO DE EMPRESA PLURALISTA COMO CONDICIÓN DE POSIBILIDAD DE UNA CIUDADANÍA COMPLETA: EMPRESA CIUDADANA**

Juana M<sup>a</sup> Granados García

## **Resumen**

El objetivo de este trabajo es abordar dos cuestiones vinculadas a lo que se ha denominado ética empresarial. Especialmente, se pretende un acercamiento a cuál es la noción básica de empresa ciudadana, cuyo tratamiento se realizará desde una visión de la Teoría de los *stakeholders* de corte discursiva. A partir de aquí, se considerará qué tipo de modelo empresarial se corresponde mejor con la noción de ciudadanía económica. Y a modo de conclusión, subrayar que en la actualidad el ejercicio pleno de una ciudadanía completa se verá posibilitado por la comprensión de la empresa como una institución social.

## 1. Introducción:

La principal aportación que pretende obtener esta investigación parte de este modelo de empresa plural y dialógico como el más adecuado para ajustarse a un concepto de ciudadanía entendida como no dominación –el ciudadano es aquel que es dueño y señor de sí mismo. Esto es así, porque tal modelo nos garantiza la viabilidad de esta concepción de ciudadanía. Ya que satisface y respeta los intereses y derechos de todos los que participan, y pueden verse afectados (ciudadanos económicos) por las actividades empresariales. Esto se lleva a cabo mediante la razón comunicativa que nos proporciona como principio básico de actuación el diálogo y el entendimiento recíproco. Asegurando con ello, el reconocimiento de unos derechos e intereses universales (García-Marzá, 2004: 157-196; González, 2007: 205-224).

La metodología que se utilizará será el método hermenéutico crítico (Conill, 2004: 197) que trata de sacar a la luz aquellas razones que se encuentran debajo del sistema institucional y que lo legitiman en una sociedad moderna.

Para alcanzar este objetivo tenemos que trabajar las siguientes cuestiones:

- a) Se parte de la complementación de la teoría de los *stakeholders* con la ética del discurso, en la que se sostiene que se hace necesaria una justificación normativa que explicita la legitimidad de los intereses de los grupos implicados y con ello, su identificación. Y es este paso el que nos permite identificar la responsabilidad moral de la empresa (García-Marzá, 2004: 191-196).
- b) La segunda aproximación al estudio, sobre qué modelo de empresa se ajusta más a las exigencias que garantizan la efectividad de una ciudadanía económica, nos lleva a atender al Principio de ciudadanía. Se afirma que el ingrediente esencial de una ciudadanía completa es la autonomía. Quiere esto decir que el ciudadano no puede ser esclavo de nadie. No puede ser la propiedad lo que nos permita dar el paso al concepto de ciudadanía, sino al revés. El individuo por el solo hecho de ser ciudadano ya no puede ser siervo. Pues un ciudadano no es libre si la ciudadanía depende de la propiedad (Cortina, 1997: 97-99).
- c) Una tercera cuestión que se deriva del planteamiento principal es qué concepción de empresa ciudadana estaría más ligada a una satisfacción completa de la noción de ciudadanía económica. En este apartado se propone que una empresa ciudadana no está muy alejada de lo que entendemos como empresa ética. En la medida en la que la responsabilidad moral de

la empresa remite a la idea de que se dé un acuerdo por parte de todos los interlocutores (García-Marzá, 2004:159).

## **2. Un modelo de empresa plural y dialógico:**

Un modelo plural de empresa está ligado a una nueva forma de entender la organización empresarial. Se parte de la idea de que una empresa está formada por muchos actores cuyos intereses se ponen en riesgo en sus operaciones, ya sea de una forma directa (empleado despedido) o indirecta (familia del trabajador). En las redes empresariales se da una infinitud de actores que se ven afectados por el sistema económico. Esta afección o correspondencia legitima nuestro papel como protagonistas en el entramado empresarial. En una organización se da una abundancia de intereses distintos que no sólo permiten su viabilidad, sino que forman parte de la empresa misma. De este modo, si no se atienden estas demandas de los actores que participan o bien pueden verse implicados o bien tienen poder de influencia, difícilmente la organización podrá saber en qué escenario se está moviendo. Y con ello, difícilmente podrá planificarse y organizarse para la identificación de objetivos y la consecución de estos. O lo que es lo mismo, si no se atienden estas expectativas, peligra su propia supervivencia.

El inconveniente de base es que carecemos de una definición unánime respecto a qué estamos entendiendo cuando usamos el término *stakeholder*. A continuación se ofrecerán algunas de las definiciones que han intentado acotarlo (González, 2001). La primera es aquella que sólo considera como *stakeholder* aquellos grupos que pueden influir en la empresa. Con ello, deja a un margen por un lado, a un solo individuo que se esté jugando algún interés, y por otro, a aquellos grupos que no pueden influir en la organización pero que sí se vean afectados por ésta. La segunda definición es la propuesta por Freeman que considera un *stakeholder* a “cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa.” Ésta aclara que el individuo también puede ser un *stakeholder* pero no especifica qué se entiende por “el logro de los objetivos de la empresa”. La tercera es la que sugiere Goodpaster, quien defiende que “un *stakeholder* es un individuo o grupo que afirma tener una o más clase de intereses en una empresa. En el momento en el que los *stakeholders* pueden ser afectados por las acciones, decisiones, políticas o prácticas de la organización.” Goodpaster ha avanzado en este sentido pero no contempla la obligación con los grupos de intereses como una responsabilidad moral. De George, en cambio, sí recoge esta idea: “Aquellos hacia los que la empresa tiene cualquier obligación moral son llamados colectivamente *stakeholders* de la corporación.” Respecto a esta última definición habría que aclarar hacia qué grupos de intereses tiene la empresa una obligación moral. Sin duda, cada uno de los autores realiza

una aportación fundamental para el concepto *stakeholders*. Pero seguimos necesitando un puente que conecte la teoría de los *stakeholder* con un criterio normativo (González, 2001: 196-202).

De cuanto venimos diciendo parece que se desprende que una empresa será responsable con sus *stakeholders* siempre y cuando atienda a sus demandas, con tal de seguir existiendo. Sin embargo, no sólo son las razones estratégicas las que tienen que orientar la gestión de intereses, sino que también de esta forma de entender la empresa se deriva una obligación moral. En la medida en la que cada individuo tiene unos derechos fundamentales que suponen ser el marco de referencia en nuestras sociedades modernas. Por tanto, necesitamos un nexo que conecte la teoría de los *stakeholders* con un criterio normativo. Luego, se recurre a la ética del discurso para que dote de una dimensión normativa al método *stakeholders* y evitar, con ello, que se reduzca a una cuestión de estrategia exclusivamente. Se trata de ir más allá de una gestión operativa de intereses, considerando a cada *stakeholders* como un interlocutor válido (González, 2001: 259-263). Y es este criterio el que nos permite discernir qué intereses son más legítimos y cuáles presentan mayor urgencia. De este modo, la organización podrá dar cuenta de una responsabilidad moral ante los diversos grupos de intereses.

Respecto a la ética del discurso sería conveniente aclarar cuáles son los principios y condiciones. Ésta tiene como punto de partida el hecho de que todos los seres humanos poseemos la capacidad de comunicarnos. Dicha capacidad persigue el entendimiento y, a su vez, el acuerdo. Desde la ética discursiva se explicita una serie de presupuestos pragmáticos universales cuyo contenido normativo se sintetiza en forma de un principio de universalización. Este principio orienta nuestra acción y exige tener en cuenta como interlocutores válidos a todos los afectados por una norma o institución. Tratar al otro como interlocutor válido es considerarlo como un ser dotado de racionalidad y de crítica. Es tener en cuenta que el otro tiene algo que aportar sobre la validez o justicia de una norma. Luego, desde esta perspectiva una norma será justa o válida cuando exprese intereses generalizables. Esto es, que todos los afectados autoricen o consientan la aplicación de la norma y las consecuencias que se derivarían de la misma. Este principio otorga al diálogo un valor moral en la medida en la que funciona como un mecanismo para el logro de acuerdos. No obstante, para que el diálogo presente una dimensión moral se tienen que dar las condiciones ideales del habla, éstas son los presupuestos que se encuentran debajo de cualquier comunicación. Para que el diálogo pueda darse como ese proceso en el que los actores implicados pretenden construir significado compartido, es necesario que se den una serie de condiciones como son la condición de simetría o igualdad en la participación, la veracidad de los actores, la ausencia de presión y la inclusión de todos los afectados (García-Marzá, 2001: 103-104). Se trata de que no se dé ningún tipo de presión o

coacción, pues sino no podremos decir que se ha llegado a un acuerdo por convicción. Estas condiciones constituyen un criterio normativo para la acción, nos dicen como tenemos que actuar independientemente del contexto empírico concreto. Ciertamente es que tales condiciones no se dan en los discursos reales, sino que se trata de condiciones que por un lado, son los presupuestos que encontramos en cualquier comunicación cotidiana orientada al acuerdo, y por otro, se constituyen como condiciones ideales que guían nuestra acción. En este sentido decimos que las prácticas empresariales, como cualquier norma o institución, no pueden ser independientes del consentimiento de todos los implicados (García-Marzá, 2004:101-105).

De la mano de este argumento, se pretende facilitar una doble tarea de identificación, en primer lugar, identificar la legitimidad o responsabilidad moral de una empresa y, por otro, determinar tanto las demandas legítimas de los distintos grupos de intereses como su urgencia. Teniendo en cuenta que para ello el método *stakeholders* requiere de una dimensión normativa que le proporcione solidez. Se pretende que esta metodología apunte a una responsabilidad moral empresarial (postconvencional) más allá de la social (convencional). Sin embargo, esta teoría no puede hacerlo por sí sola. De ahí que se recurra al principio universal que propone la ética del discurso para establecer un horizonte normativo. Un horizonte normativo que orienta la actuación empresarial hacia la atención de todos aquellos que se ven involucrados por su acción. Y de este principio obtenemos una definición de cómo tiene que ser una empresa que quiera asumir su responsabilidad moral. Una organización que quiera ser ética no sólo debe identificar a los *stakeholders*, sino que debe establecer diálogos con cada uno de ellos. Una empresa que quiera actuar moralmente tiene que desarrollar los procesos que planteen incorporar la participación de los *stakeholders* como una voz no sólo relevante para la gestión, sino valiosa por sí misma. El diálogo tiene que ser visto como un proceso de aprendizaje, mediante la participación de todos los implicados, que ayuda a mejorar esas redes empresariales. Y es mediante esta participación como se forma una voluntad general y esto es lo que nos permite pasar de un nivel convencional a otro postconvencional y autónomo (González, 2001: 405-415).

La responsabilidad moral de la empresa, por tanto, no se limita exclusivamente a las consecuencias de sus acciones, sino que la empresa también es responsable del tipo de relaciones que genera y establece. Esto se debe a que en esas redes empresariales se están poniendo en juego continuamente cuestiones de justicia. Este criterio normativo nos permite proporcionar de legitimidad y credibilidad social a las operaciones empresariales. Una empresa tendrá mayor

credibilidad y aceptación social si asume los procedimientos adecuados para alcanzar un diálogo (García-Marzá, 2004: 157-159).

Desde este punto de vista, un *stakeholder* no puede tener sólo un valor estratégico para la organización empresarial, sino que forma parte de la misma. Esta dimensión normativa dota al método *stakeholder* del principio universal que mantiene que todos los afectados por una norma, institución o práctica social, tienen que ser considerados como interlocutores válidos. Responsabilidad también es tener en cuenta los derechos e intereses de los *stakeholders* porque es una cuestión de justicia. Se trata de unos mínimos morales que se tienen que dar y respetar en cualquier sociedad que no quiera renunciar a su humanidad (Cortina, 1994: 37-45). Podemos fundamentar el método *stakeholder* desde un punto de vista normativo que considera a las personas como interlocutores válidos, es decir, que reconoce su poder comunicativo. Y en definitiva, reconoce y respeta la autonomía de cada uno.

Esta aplicación del principio ético a la teoría de los *stakeholders* posibilita los siguientes avances: la justificación de que se lleven a cabo diálogos en el ámbito empresarial, convirtiéndose la práctica del diálogo en una exigencia; permite alcanzar acuerdos teniendo en cuenta la participación de todos los afectados; y por último, define qué intereses son legítimos desde un punto de vista moral y cuáles no (González, 2001: 504-505). Respecto a la legitimidad de los intereses de los *stakeholders* ésta vendría dada por esa exigencia de realizar procesos dialógicos. Esto tendría como requisito por parte de cada implicado que ejercitase una actitud dialógica. Y que, por tanto, se cultiven los hábitos adecuados para desarrollar las virtudes que posibilitan ese entendimiento. Es decir, en un espacio de diálogo abierto la legitimidad de cada uno de los intereses, que se están discutiendo, vendrá dada por aquellos que se consideren legítimos en el discurso en el que se cumplan las condiciones y principios mencionados. Esto es, que un diálogo que tiene pretensión de validez universal llegará a destapar cuáles son los intereses legítimos y con ello, la urgencia de sus demandas.

Se sostiene que para una conciliación real de los intereses de todos los grupos sociales, que se están jugando algo en el ámbito empresarial, se requiere un criterio normativo. Una dimensión normativa que nos permita dilucidar en qué consiste la responsabilidad empresarial y hacia qué grupos de intereses tienen que ser responsable la empresa. Se parte de la idea de que este concepto normativo se justifica por la necesidad misma del método. Es decir, el mismo método de *stakeholders* demanda que la empresa sea responsable con todos los implicados por sus operaciones.

Pero si su responsabilidad se reduce a una gestión de intereses, en un sentido estratégico, pierde contenido esa responsabilidad. Pues la responsabilidad con los otros, necesariamente, implica una actitud dialógica. A partir de aquí se podría diferenciar cuáles son las actuaciones empresariales válidas desde una perspectiva postconvencional. Y es justamente esta perspectiva de una moral postconvencional la que permite no sólo identificar los intereses y discernir su legitimidad, sino conciliar las diferentes expectativas que se presentan en las redes de la empresa. Con ello, hemos definido lo que debería ser considerada una empresa ética.

### **3. Forjar una ciudadanía económica:**

Para poder hablar de empresa ética habría que reconocer que existen o tenemos unas convicciones mínimas compartidas sobre lo que es mejor, bueno o justo. Pues sino, no cabría juzgar determinadas acciones empresariales, como tampoco se podría discernir si una persona actúa de un modo correcto o incorrecto (Cortina, 1994: 42-44). Esos mínimos de justicia se sitúan en un nivel postconvencional, y son los que permiten el surgimiento de una ética cívica que pretende universalidad. Ya que su contenido, como los valores de libertad, igualdad y solidaridad; los Derechos Humanos; la tolerancia activa y una actitud abierta al diálogo, se constituyen como valores y virtudes que nos aproximan a la autonomía del individuo.

En este sentido, decimos que una ética cívica es una ética de ciudadanos y comprende la ciudadanía como autonomía. Qué sea un ciudadano, es algo que podemos decir de muchas maneras. El concepto cambia en función del régimen político que se dé en una comunidad. No obstante, incluso dentro del mismo, a la hora de entenderlo depende también de la tradición de la que se parte. Puesto que la idea de ciudadanía está ligada a cómo entendemos la libertad y presenta distintas dimensiones que se contemplan de manera diferente en cada una de las tradiciones. Cuatro son las tradiciones que han intentado dar respuesta a cómo tiene que ser entendido el ciudadano en el contexto de la vida pública de una sociedad democrática. Cada tradición entiende la democracia, la libertad y, por tanto, la ciudadanía de formas dispares. Podemos encontrar desde un liberalismo que entiende la libertad en sentido negativo, a un liberalismo más social que pretende compaginar ambos tipos de libertad, o el comunitarismo que la entiende como pertenencia a una comunidad y por último, el republicanismo que defiende una libertad para la participación (Cortina, 1997: 21-38). Por lo tanto, para responder a la pregunta qué es un ciudadano, antes habría que indicar por qué somos ciudadanos y hablamos de ciudadanía. Somos ciudadanos porque convivimos en una comunidad

política y la ciudadanía es el vínculo que nos une. Y por otro lado, lo que queremos decir cuando hablamos de ciudadanía es que a cada uno de nosotros se le reconocen unos derechos y libertades básicas. El punto de partida es la dignidad del ser humano, de la que se derivan esos derechos y libertades, una dignidad que nos reconocemos los unos a los otros. No obstante, ese reconocimiento tiene su apoyo en la existencia del estado. Si aceptamos el dominio del estado es porque éste protege y defiende estos derechos (civiles, políticos, económicos y sociales).

En relación con esto, habría que indagar cuáles son los valores y virtudes que nos aproximan a esa auténtica ciudadanía. Para averiguar esos valores nos remontamos a la época moderna en la que se estaba gestando la sociedad que hoy tenemos. La libertad (como autonomía), la igualdad (de oportunidades) y la fraternidad (solidaridad como expresión de una sociedad cívica) fueron los valores de la ilustración. La autonomía cobra un interés especial, los hombres son capaces de orientarse por su propia razón, de ser mayores de edad, *de gobernar a sus gobernantes*. De este modo, surge la idea de ciudadanía en el ámbito político, esta noción comprende los valores enunciados y reconoce al hombre como a su propio señor. Un hombre no debe ser vasallo, no debe estar sometido a un señor, sino ser autónomo y ciudadano, y en esto todos los ciudadanos son iguales (Cortina, 2010: 55-62). Al reconocerse a los hombres como libres, estos adquieren su derecho a ser autónomos. Ello implicaría dos cosas, en primer lugar, tienen derecho a ser libres frente al estado, pero asumen su dominio porque éste defiende y protege tales derechos. En segundo lugar, cada ciudadano reconoce la autonomía y la libertad en la relación con el otro. De esta manera, se reconoce un proyecto compartido y se asume la construcción de una comunidad participativa.

Por consiguiente, un auténtico ciudadano tiene que ser justo y activo (Cortina; 2010: 55), y no sólo reconoce los contenidos mínimos de una ética cívica, sino que además, los respeta y promueve, siendo este el mínimo que tiene que darse en cualquier sociedad que quiera considerarse justa. Estos aspectos del ciudadano son los que se corresponden con el ideal de ciudadanía democrática. La autonomía tiene su expresión en la participación política y es el valor por excelencia de una auténtica ciudadanía democrática. Una verdadera democracia, mínimamente participativa, requiere no sólo una esfera de la opinión pública abierta, sino de una acción ciudadana activa. Se trata de que los ciudadanos posean capacidad de influencia, pues sino no podemos hablar de libertad. La capacidad de influencia es importante ya que si ésta no se da, nos estaríamos limitando a una mera materialización de la libertad de expresión –la libertad también es poder de actuación y transformación. La participación exige no sólo expresión de unos valores e intereses, sino asociarse y organizarse para conquistar el poder de la sociedad civil.

Una auténtica ciudadanía no puede ser considerada desde uno de sus aspectos, pues sino no podríamos hablar de la autonomía del ciudadano. De este modo, se entiende que ciudadanía no se reduce sólo al marco legal, en la que la comunidad política defiende unos derechos civiles y libertades básicas –tradición que procede del *civis* latino (Cortina, 1997: 53-55). La comunidad ofrece un estatuto jurídico a cada ciudadano para reclamar sus derechos pero no le pide asumir unas responsabilidades como tal. Del mismo modo, una auténtica ciudadanía tampoco se comprime en la dimensión política –*polites* griego-, que advierte de que el ciudadano tiene que ocuparse de lo público y no sólo de su esfera privada (Cortina, 1997: 43-51). Pues una dimensión de ciudadanía que pretenda recoger el principio de autonomía tiene que darse en cualquier esfera de la sociedad. Por ello, se parte del concepto de ciudadanía social de Marshall que concibe que la ciudadanía no puede reducirse a estas dos dimensiones (Cortina, 2010:62). Y en este sentido, proponemos avanzar hacia una ciudadanía plena (Conill, 2004: 53). De acuerdo con esto, hablamos de una ciudadanía o derechos económicos, ya que el ciudadano se ve afectado por las actividades que se realizan en este ámbito. Si en este ámbito el ciudadano es siervo de otros y no su propio señor, entonces, no podemos decir que éste sea libre. No puede ser autónomo un ciudadano que ve limitada su capacidad de elección y actuación porque no posee la suficiente propiedad para entrar en el juego del mercado. La autonomía del ciudadano, en este sentido, se ve supeditada a la fuerza y reglas del mercado, quedando por tanto, desabrigado en este espacio. Sin embargo, esa falta de libertad no se reduce sólo al ámbito económico, sino que se extiende al resto de las dimensiones sociales. En este contexto, se plantea tejer una ciudadanía económica.

Concebir la posibilidad de una ciudadanía económica implica el reconocimiento de unos derechos económicos. Estos quedan justificados en la medida en la que en esa dimensión económica los ciudadanos también se están jugando su autonomía. Una autonomía que no puede desempeñarse si nuestro abanico de posibilidades queda restringido al poder adquisitivo que tenga la persona. Esto se debe a que merma la libertad ciudadana en dos sentidos: en primer lugar, si entendemos la libertad como libertad de elección y actuación –libertad como posibilidad- y ésta depende en gran medida de unos mínimos de riqueza para construir un proyecto de vida buena, pues presenta una doble consecuencia: a) la libertad no se ejercita si no disponemos de una cuota básica, y además, b) si tienen más poder de actuación los que disfrutan de unos fondos, sin duda, se vería menguada la igualdad de oportunidades. Disfrutando, por tanto, de unos privilegios unos ciudadanos frente a otros, como ya sucedía en el Antiguo Régimen. Y de esta idea se deriva, en el ámbito socio-económico, que podamos distinguir entre ciudadanos emancipados, soberanos y autónomos, contra

ciudadanos dependientes, subordinados, y por lo tanto, vasallos. Es aquí donde se pone de relieve el segundo sentido de libertad.

El capital tiene un valor esencial en nuestras sociedades modernas, no es considerado como un medio para la obtención de bienes y servicios solamente, sino que supone ser un ingrediente fundamental para la creación de estilos de vida. Una posición social acomodada nos facilita mucho ese camino. Una familia que se encuentra apurada económicamente probablemente tendrá menos puertas abiertas para llevar a cabo sus proyectos personales, inhabilitando, por tanto, la práctica de la libertad y la tan reivindicada, desde un punto de vista moral, igualdad de oportunidades. Por tanto, esos derechos económicos de los que venimos hablando se justifican porque sin ellos estaríamos permitiendo la existencia de unos ciudadanos de primera y otros de segunda (Cortina, 1997: 99).

Los ciudadanos económicos son aquellos ciudadanos que se ven afectados por las actividades empresariales llevadas a cabo, esto es lo que venimos llamando, en la literatura de ética empresarial, como los grupos de interés o *stakeholders*. En este sentido, la organización económica ha dejado de considerarse un ente aislado de la sociedad que sólo incumbe a los que mantienen relaciones con ésta de una forma directa. En una economía global lo que ocurre en cualquier parte del mundo tiene una repercusión en otra. De este modo, el concepto de ciudadanía económica no puede quedar limitado al marco de un estado-nación, es necesario que los derechos ciudadanos no sólo sobrepasen las distintas esferas de la sociedad, sino que además también las fronteras nacionales. Tenemos que perseguir el ideal de una ciudadanía común y completa.

#### **4. Una aproximación a la empresa ciudadana:**

De esta manera, el ejercicio económico no puede entenderse sin tener en cuenta las repercusiones sociales que de él se desprende. No podemos olvidar que nos hemos organizados económicamente para satisfacer las necesidades de la sociedad. Las empresas son instituciones privadas pero ante todo sociales porque operan en una sociedad y su existencia depende de ésta. El fin de la empresa es por tanto social, y obtener el máximo beneficio es un medio para el bienestar de esa comunidad (Cortina, 1994: 22-23). En nuestros días la sociedad civil demanda que el tejido empresarial no busque solamente la maximización, sino el lícito beneficio económico, en el que se respetan una serie de principios de justicia. Ésta sería una condición necesaria para crear auténticos ciudadanos económicos. Un sistema económico que intenta aproximarse a la justicia, para construir justicia social. Pues si alguien quiere ser su propio señor y depende de la economía corre el riesgo de

convertirse en un vasallo. Y si esto sucediera no estaríamos siendo justos con ese alguien que tiene pleno derecho a ser una persona autónoma, un auténtico ciudadano.

Para adentrarnos en la relación que podría darse entre empresa ciudadana y ciudadanía económica debemos intentar definir qué se entiende, desde nuestra perspectiva, por empresa ciudadana. En términos generales, sostendremos que la empresa ciudadana no asume su responsabilidad ciudadana si su objetivo principal es asegurar la maximización de sus resultados económicos, porque la responsabilidad ciudadana sería un medio para un fin, obtener el máximo beneficio. El proyecto empresa ciudadana pretende romper con la dicotomía de beneficio privado y beneficio público, como si se tratase de dos cosas distintas. Una sociedad está organizada y cualquier organización exige para su construcción –y maduración- una actitud cooperativa. En una sociedad cooperamos ciudadanos, instituciones públicas e instituciones privadas para la producción de un beneficio que sin duda es ante todo social. Se trata de mejorar de manera simultánea la maximización de resultados y la construcción de una sociedad más justa. En definitiva, de buscar ese beneficio mutuo que va más allá de los resultados económicos. Pues no podemos hablar de beneficio social, de que una sociedad sea rica, si esta riqueza no contribuye, o se distribuye, para ir construyendo una sociedad mejor. El desarrollo tiene que estar orientado no tanto al desarrollo económico como al desarrollo humano. De este modo, el desarrollo ha dejado de entenderse como una cuestión de enriquecimiento, como de desarrollo para la ciudadanía. La riqueza no es un fin en sí mismo, sino un medio para el bienestar social, y no al revés. El desarrollo de los ciudadanos no puede depender de la propiedad que posean, sino de la libertad de la que deberían disponer para desarrollar sus proyectos personales. La satisfacción de una ciudadanía económica completa no puede reducirse al nivel de renta, sino que el punto de partida es que haya ciudadanos libres. Lo ideal sería no que el estado nos provea de una renta básica de ciudadanía, sino que en nuestras sociedades operen empresas ciudadanas propiciando un bienestar social y, por tanto, ciudadano. Pues de otro modo, la ciudadanía seguiría dependiendo de la propiedad, de cierto poder adquisitivo para realizar nuestros proyectos de vida buena. Ahora bien, la renta básica podría ser un remedio temporal mientras que nuestras organizaciones asumen su papel como ciudadanos, construyendo un sistema económico que intenta aproximarse a la justicia.

Nos parece que lo que sea una empresa ética o justa no está muy alejado de lo que vamos a considerar como empresa ciudadana. Una empresa asume su responsabilidad ciudadana si lo que persigue es contribuir a una sociedad mejor, orientando el máximo beneficio al desarrollo humano y ciudadano. Siendo esta empresa, como institución privada, la que pretende generar bienes, servicios,

empleo, innovación, etc., a la sociedad. La finalidad de una empresa ciudadana es una acción orientada a la ciudadanía como tal, es decir, la finalidad de la empresa tiene que ser crear capital social. De ahí que podamos hablar de una empresa ciudadana como una institución social, cuyo fin es ante todo social y cuya legitimidad depende del cumplimiento de esta finalidad. Empresa ciudadana es aquella organización económica que asume el papel que realmente juega en nuestras sociedades, es decir, se concibe a sí misma como una institución social. Se plantea cuáles son los fines de la actividad empresarial sin comprenderse separada de su entorno (Lozano, 2010: 19-35). A partir de ahí, se forja un buen carácter que le permite elegir sabiamente para la satisfacción de esos fines. Estos hábitos, virtudes o vicios, son los que marcan el carácter de una organización. No nos cabe ninguna duda de que una empresa que asume su responsabilidad ciudadana es virtuosa. Es capaz de identificar los bienes internos a su actividad, los que le son propios y por los que adquiere sentido y legitimidad (Cortina, 1994: 18-25). No obstante, no bastan las razones prudenciales para ser un buen ciudadano, se hace necesario un criterio normativo, desde el cual se pueda evaluar y valorar las decisiones tomadas (Cortina, 1994: 25-28). Una ética de las organizaciones no puede conformarse ni con el cálculo de las consecuencias ni con la legalidad vigente, sino que ha de recurrir a los principios de una moral crítica –una moral postconvencional. Por ello, es preciso recurrir a la moral cívica de la sociedad en la que se desarrolla. Pues si no se da una ética cívica que respalde unos principios y valores (unas convicciones morales compartidas), difícilmente se protegerán y defenderán por las instituciones y organizaciones. Y por otro lado, si una organización no se impregna de estos principios y valores difícilmente podremos considerarla una empresa ciudadana, moralmente legitimada (Cortina, 1994: 35-45). Por tanto, una empresa ciudadana tiene que tomar buenas decisiones y que éstas sean moralmente justas; debe asumir las consecuencias de su actividad teniendo en cuenta principios y valores universales. Una empresa ciudadana asume una ética de la responsabilidad convencida (Cortina, 1997: 19).

En definitiva, la empresa ciudadana es la que se propone ser una buena empresa para con sus ciudadanos. Atendiendo no sólo la dimensión económica, sino también la social y medioambiental, porque se ve a sí misma inscrita en un conjunto de redes sociales en las que se establecen relaciones interdependientes. De este modo, una empresa que se compromete con la ciudadanía, con sus *stakeholders*, tiene presente los impactos y repercusiones que sus actuaciones provocan. No obstante, no se limita a la atención de las consecuencias de sus acciones, sino que va más allá, tiene presente las demandas y expectativas que se le exigen. En ese sentido, cuando nos referimos a empresa ciudadana se trata de que ésta pretende establecer un proyecto compartido, y con ello, expresa su compromiso con la sociedad. Esto es posible porque se trata de una empresa capacitada

para el diálogo, y que, por tanto, construye sus relaciones con todos los grupos de intereses mediante el diálogo. Igualmente, en esa apertura al diálogo es donde se plantean los valores y criterios corporativos, para construir un proyecto de empresa, un proyecto compartido. En el diálogo se lleva a cabo una deliberación que contribuye a la participación y a una responsabilidad compartida, co-responsabilidad (Lozano, 2010: 85-106). Se trata de aprender a desarrollar valores compartidos mediante el diálogo, por ello, desde el punto de vista del autor, estos no pueden tener un significado cerrado. Su significado se discute entre todos los implicados.

La empresa ciudadana se comprende entonces como una institución social, cuya responsabilidad no se reduce a su dimensión económica, como tampoco a las demandas sociales, exclusivamente, de una comunidad concreta. Una empresa ciudadana como parte de la sociedad civil es la que se sitúa en un nivel postconvencional. Incluso aspira a ir más allá de su responsabilidad social y medioambiental asumida desde un punto de vista estratégico. Una empresa ciudadana es una empresa moralmente responsable. Se trata de una institución social que tiene que ser prudente y justa. Una empresa ciudadana prudente es aquella que descubre el fin por el que ella misma tiene sentido y cultiva las virtudes adecuadas, comprometiéndose con esa finalidad. Y es justa, porque se mueve por un principio universal, un principio que la vincula a mantener una actitud de escucha y de diálogo con aquellos que participan o se ven afectados por la misma. Este sentido de ciudadanía no es sólo un derecho, sino una responsabilidad que hay que llevar a la práctica. Sin un sentido de comunidad o de bien común (Lozano, 2010: 101), o unos mínimos de justicia (Cortina, 1994: 37-45), este modelo de ciudadanía no es posible.

## **5. Ejercicio pleno de una ciudadanía completa:**

Finalmente, cabría considerar lo ya expuesto, si partimos del concepto de ciudadanía social de Marshall, el ciudadano no puede ser considerado desde uno de sus aspectos sólo, por ello se propone avanzar hacia una ciudadanía integral.

Para que se dé una ciudadanía plena, todas sus dimensiones tendrían que ser consideradas y respetadas, sino la ciudadanía siempre sería incompleta. Luego, el ejercicio pleno de una ciudadanía completa vendrá dado por el respeto a otras formas de ciudadanía, incluida la ciudadanía económica. Esto exige unas organizaciones económicas, no sólo responsables socialmente que persiguen la sostenibilidad –esto se puede asumir desde un punto de vista estratégico exclusivamente–, necesitamos organizaciones dispuestas a ser éticas. Unas instituciones que van más allá del afán

egoísta de satisfacer sus intereses privados. En definitiva, necesitamos empresas ciudadanas que se impliquen en una comunidad política.

Para esto, se hace necesario cambiar nuestra visión de la economía, no sólo la búsqueda ciega del beneficio privado, sino dar el paso hacia una economía ética. El derecho a la propiedad privada juega un papel muy importante, se trata de que ha sido la propiedad lo que nos ha permitido dar el paso al concepto de ciudadanía. Sin embargo, si pretendemos una ciudadanía auténtica basada en la autonomía del individuo, no puede ser la propiedad la que nos dé la ciudadanía, sino la ciudadanía la que nos proporciona una libertad solidaria para llevar a cabo nuestros proyectos personales. Nuestra idea es que el hombre por el sólo hecho de ser ciudadano ya no puede ser siervo. De la manera contraria, es decir si el ciudadano depende de la propiedad, éste no es libre, sino siervo. Unos mínimos de justicia exigen que tengamos en cuenta a todos los afectados como interlocutores válidos, como ciudadanos, esto de un lado, y de otro, lo principal en una economía es que trabajamos con personas y es fundamental la cooperación. Se aboga por una economía ligada a la ética, la economía tiene que generar riqueza para satisfacer necesidades sociales y no para el enriquecimiento de una minoría. Necesariamente, pertenecemos a una comunidad y los bienes sociales tenemos que perseguirlos de una manera cooperativa. Y sólo mediante la cooperación y el reconocimiento recíproco de libertades y derechos iguales para todos los ciudadanos, no será posible la creación de una sociedad medianamente justa.

### **Referencias bibliográficas:**

CONILL, J., “Ideologías políticas”, en *Diez palabras clave en filosofía política*, Verbo divino, Estella, 1998, pp. 213-258.

\_\_\_\_\_, J., (2004), *Horizontes de economía ética. Aristóteles, Adam Smith, Amartya Sen*, Madrid, Tecnos, pp. 45-53.

CORTINA, A., CONILL, J.; DOMINGO, A.; GARCÍA-MARZÁ, D., (1994), *Ética de la empresa*, Trotta, Madrid, 1994, Caps. 1, 2 y 4.

\_\_\_\_\_, (1997), *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*, Madrid, Alianza.

\_\_\_\_\_, dir., (1997), “Presupuestos éticos del que hacer empresarial” en A. Cortina (dir.), *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Madrid, Visor, pp.13-36.

\_\_\_\_\_, (2002), *Por una ética del consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global*, Madrid, Taurus.

\_\_\_\_\_, (2005), “Ética de la empresa: no sólo responsabilidad social”, en J. CONILL (dir.) *XIV Seminario Permanente de Ética Económica y Empresarial (2004-2005). Ética de la empresa: hacia un nuevo orden global*, Valencia: Fundación ÉTNOR, pp.7-18.

\_\_\_\_\_, *Justicia cordial*, Trotta, Madrid, 2010, Caps. 4, 5, 6, 7, 8 y 9.

GARCÍA-MARZÁ, D., (2004), *Ética de la empresa: Del diálogo a la confianza*, Madrid, Trotta.

GONZÁLEZ, E., (2001), *La responsabilidad moral de la empresa. Una revisión de la teoría de stakeholders desde la ética discursiva*. (Tesis de Doctorado- Universidad Jaume I de Castellón) en línea. Disponible en: [http://www.tdx.cesca.es/TDX/TDX\\_UJI/TESIS/AVAILABLE/TDX-1216103130414//gonzalez.pdf](http://www.tdx.cesca.es/TDX/TDX_UJI/TESIS/AVAILABLE/TDX-1216103130414//gonzalez.pdf) [Consulta: 24 de mayo de 2010].

GONZÁLEZ, E., (2007), “La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa”, en *Veritas*, vol. II, N°17, pp. 205-224.

LOZANO, J.M., (2009), *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*, Madrid, Trotta.