



**Responsabilidad, valores y ética**

Por Dr. Joaquín Trigo

Colaborador en el Máster en Responsabilidad Social Corporativa. Contabilidad y Auditoría Social, Universidad de Barcelona

## **1. Introducción**

Las palabras tienen acepciones diversas y, además, el significado y la intensidad del uso de cada una cambian con el paso del tiempo. Si a una palabra se le añade un adjetivo su sentido se hace más complejo y, en ocasiones, incluso puede tener una significación contraria al original, como pasa cuando se habla de democracia censitaria, o democracia popular o democracia orgánica. En los tres casos añadir el adjetivo sirve por desnaturalizar la democracia basada en el voto universal, secreto y de igual valor.

En el caso de la expresión Responsabilidad Social de la empresa (a partir de ahora RSE) se incluyen tres nociones. La primera es la sustantiva de responsabilidad como actitud y comportamiento que puede ser considerado como calidad o valor. La segunda es finalista o de orientación, esto es, ante quien hace falta dar cuenta de la conducta. La tercera es relativa a quien ha de actuar de determinada forma y o/dar cuenta de esta actuación, en este caso es una persona jurídica en la cual se juntan personas físicas con diferente grado de atribuciones y opciones de comportamiento. Combinar las acepciones de cada una de las tres palabras abre un abanico de posibilidades que escapa al ámbito de este artículo. Por eso es por lo que se entra directamente en las acepciones pertinentes al efecto de la actividad empresarial y se evitan ambigüedades conceptuales.

## **2. Responsabilidad**

Según el Diccionario de la Lengua Española de Real Academia Española en su veintena primera edición la responsabilidad es:

- 1) La calidad de responsable.
- 2) Deuda, obligación de reparar y satisfacer, por sí o por otro, a consecuencia de delito, de una culpa o de otra causa legal.
- 3) Cargo u obligación moral que resulta para alguien del posible error en cosa o asunto determinado.
- 4) Recurso de responsabilidad.
- 5) Capacidad existente en todo sujeto activo de derecho por reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

Al efecto del que ocupa en este artículo se puede prescindir de la cuarta acepción que corresponde técnicamente al ámbito del derecho y considerar que hay cuatro facetas o dimensiones:

- una calidad,
- una obligación,
- un imperativo moral y
- una aptitud o voluntad.

### *Calidad*

Según criterios de responsabilidad, la persona se comporta intentado evitar daños a terceros. Si esto es imposible o si genera un perjuicio todavía más grande, hace falta que haga lo necesario para minimizar el daño y para compensar el efecto producido. Si actúa de esta manera, se reconocen los derechos de terceros y se marcan unas pautas de conducta que aportan confianza respecto a la seriedad y la cura en la conducta futura. A su vez, de esta seriedad reiterada se deriva un comportamiento predecible y respetuoso que facilita las relaciones económicas y que también beneficia a quienes actúa según determinados principios.

### *Obligación*

La segunda de estas facetas, la obligación, puede venir impuesta por la ley o por la costumbre, de forma que se pueden plantear exigencias de compensación a través de los tribunales o de otras instancias de las administraciones públicas.

### *Imperativo moral*

La tercera, el imperativo moral, puede venir exigido por los principios éticos que rigen la conducta humana en un ámbito civilizado, sean los mandatos religiosos, las normas de respeto y deferencia hacia terceros o el simple respeto que la ciudadanía impone hacia las otras personas. En tanto que característica del conocimiento y de la voluntad, se refiere a un pensamiento que anticipa las consecuencias de primero y segundo orden de quién lo hace, de forma que hay previsión y, por lo tanto, comportamientos de actuación en un u otro sentido según los resultados y las circunstancias.

## **3. Valores y ética**

La responsabilidad como actitud y conducta se integra en los valores de las personas. Un valor es algo deseable, difícil de obtener, caro de mantener y siempre sujeto al riesgo de pérdida.

La acepción valor se extiende desde principios de conducta y calidades meritorias de personas o de cosas útiles, hasta títulos bursátiles, precio de alguna cosa, resultado de operaciones matemáticas, riesgo o valentía de alguien, expresión empleada con diferentes matices en las letras de cambio, etc. El valor acompaña toda actividad intelectual, de forma que cada percepción trae asociada una evaluación así una cosa es agradable o desagradable, meritoria o no, deseable o reprobable.

Algunos principios son intemporales, hecho que permite leer ahora a Aristóteles, Séneca, Montaigne o Hume y a Adam Smith como si estuvieran próximos a nosotros, siempre que no traten temas como la esclavitud o temas relativos a situaciones de ausencia del reconocimiento de derechos fundamentales. Sin embargo, hay otros principios de comportamiento que se modifican con el paso del tiempo y difieren según las diferentes culturas. Así, es muy difícil encontrar valores universales porque, por ejemplo, en cualquier momento de la historia existe una banda de facinerosos o una civilización que hace sacrificios

humanos, tiene un código moral diferente del de la mayor parte de las otras personas y considera positivas acciones que son abominables desde cualquier otra óptica. Sin embargo, es posible apuntar características de comportamiento sobre las que es posible lograr un consenso amplio (v. A. Conde Sponville 1998 y 2003). A su vez, es posible deslindar entre lo que es, en general, deseable para todas las personas y precisar más lo que prefieren quiénes ocupa lugares de dirección y lo que los clientes pueden considerar meritorio en los productos ofrecidos por las empresas que los suministran.

Entre las características o valores que se consideran valiosos para las personas se encuentran las que se denominan virtudes; sin que el orden implique prioridad o jerarquía, estas virtudes son: sencillez, humildad, tolerancia, objetividad, respeto, responsabilidad, persistencia, fidelidad, prudencia, temperancia, justicia, generosidad, compasión, misericordia, gratitud, buena fe, humor, urbanidad, valentía, sabiduría, amabilidad, etc.

Si estas personas trabajan en empresas, organizaciones o instituciones públicas ostentando posiciones decisorias, los valores personales que normalmente se requieren (v. J. Trigo Portela 2009) comprenden, entre otras: estar capacitada para asumir responsabilidad, componente empresarial, profesionalidad, objetividad, ser resolutiva, exigencias éticas, ecuanimidad, ejemplaridad, nobleza, -entendida como voluntad de asumir obligaciones-, capacidad de trabajo en equipo y respeto.

En las empresas pueden encontrarse características que los clientes y la sociedad encuentran convenientes. Entre otras se destacan: responsabilidad, eficiencia, impulso a las personas implicadas en sus actividades, innovación, eficiencia, calidad, competitividad y orientación al cliente, respecto de los contratos y la palabra dada, dedicación y compromiso y otras que influyen en la oferta de productos de calidad, buen precio, garantizados, compatibilidad, durables, alto valor residual, adaptables, versátiles, seguros, con mantenimiento adecuado, respetuosos con el medio ambiente en materiales, elaboración y desecho y fabricados mediante un proceso de mejora continua, etc.

Los valores se insertan en una actitud ética. La ética y la moral, etimológicamente, son la parte de la filosofía que estudia las costumbres. Hoy son casi sinónimos si bien entre los filósofos la moral contrapone el bien y el mal y prescribe principios de carácter obligatorio, mientras que la ética simplemente aconseja o sugiere una vía de actuación. En los dos casos, la conducta de una persona vista desde el exterior se suele evaluar según sea o no beneficiosa para la sociedad y, en algunos casos, incluso se cuestiona que sea ético un comportamiento beneficioso para quien lo efectúa, pues puede estar originado por el egoísmo. En realidad, beneficiar al prójimo puede ser un bien para quien lo efectúa, como pasa entre parientes próximos o vecinos bien avenidos que se alegran del bien de sus círculos próximos de manera igual o superior al propio, casos en los cuales ninguna privación se considera sacrificio. Sobre éste tema el evangelio postula tratar a los otros como a uno mismo, lo que llevaría a evitar males propios en bien de terceros. En el ámbito familiar el bienestar de los otros miembros de la familia justifica el daño propio. Cuando hay mercado las cosas son más sencillas dado que si se hacen bien las dos partes ganan. Para un ladrón o secuestrador el mal ajeno justifica el bien propio y alguien estúpido sería capaz de perjudicar a otros haciéndose mal a sí mismo. La ética

del mercado es la de no defraudar, la de estar a la altura de las ofertas competitivas excediendo las expectativas de la clientela.

Un comportamiento ético es un deseo loable, pero conseguirlo es algo más complicado. La ética tiene muchas variantes legítimas como se puede apreciar en la síntesis del Diccionario Filosófico de Ferrater Mora (1983). La práctica presenta en ocasiones complicaciones que obligan a soluciones que, según el enfoque, pueden ser discutibles. Sobre este tema es interesante la obra del economista, sociólogo, filósofo y teólogo Ulrich Hemel, que ha trabajado como consultor de empresas y director general. En el año 2006, publicó un libro sobre temas empresariales que fue el más vendido en Alemania y fue traducido en 2007 por Deusto. Entre las decisiones difíciles se pregunta: ¿Qué hace falta hacer cuando un director de departamento extraordinariamente competente desde el punto de vista profesional pierde de vez en cuando los nervios y trata a sus colaboradores a gritos? ¿Qué se debe hacer cuando este director de departamento es, con distancia, el candidato más cualificado para ocupar una posición de director de área dentro de la empresa?. Otro ejemplo que plantea Hemel es ¿Qué se debe hacer cuando una empleada que ocupa un lugar de confianza, pese a hacer un buen trabajo objetivo, es rechazada por sus compañeras de trabajo y se ve relegada más y más a un rol de marginada por culpa de su forma de vestir y su estilo descuidado?.

Hemel plantea que para casos como los expuestos hay muchas soluciones más o menos ideales o fallidas que responderán a cuestiones de fondos y en las cuales intervienen los valores y la presión del entorno, así como las circunstancias de la empresa y las personas que deciden. Como consecuencia, añade que desde la perspectiva de una ética pragmática de la responsabilidad “ninguna solución, por muy buena que sea, será la única correcta. Ninguna solución es éticamente neutral: es imposible eludir el imperativo de la actuación, pero éste siempre tiene una relación con cuestiones éticas” Hemel, (2007).

Tanto si se trata de tener la capacidad de comportamiento ético, como si se actúa según imperativos morales hace falta considerar cada caso. Kant enfatizaba que nunca haría falta mentir y, a priori, se puede estar de acuerdo con él. Sin embargo, si los sicarios de Nerón buscan cristianos por tirarlos a las fieras y preguntan ¿dónde se han escondido, sería ético responder con la verdad? O lo sería al negarse a contestar y recibir el mismo daño por complicidad con ellos?. Hay ocasiones en las cuales hay valores en conflicto entre sí y hace falta elegir entre transgredir uno u otro por lo cual no siempre se puede contar con una receta preparada de antemano. Lo único que hay es un referente, pero en el momento de tomar la decisión cada persona se encuentra sola.

#### **4. La responsabilidad se adjetiva como social**

Algunos estudiosos de la RSE dicen que toda responsabilidad es, obviamente, social, por lo cual el adjetivo sobra y hace falta hablar simplemente de responsabilidad empresarial (RE). Esto sería más sencillo y evita confusiones porque la palabra social tiene cuatro acepciones en el Diccionario de Real Academia Española, ninguna de las cuales ayuda a clarificar a expresión RSE: 1) Perteneciente o relativo a la sociedad o a las contiendas entre unas y otras clases. 2)

Pertenciente o relativo a una compañía o sociedad, o a los socios o compañeros, aliados o confederados. 3) v. Clase social. 4) v. Obra, prestación, razón social.

Por una parte, es la sociedad la que puede exigir cuentas y penalizar conductas inapropiadas y por esto están los diferentes cuerpos de inspección con potestad sancionadora, así como los tribunales. Pero, por otro lado, si se añade el calificativo es por introducir otro enfoque o dar legitimidad para la cual hay posibilidad que otra instancia pueda pedir cuentas y condenar, o al menos sugerir penalizaciones por comportamientos que se consideran inapropiados. Aquí surge el problema. Cualquiera que se constituya voluntariamente en censor de los otros debe mostrar previamente las credenciales que le autorizan a esta función, hecho difícil de conseguir a excepción de las instituciones públicas, con legitimidad y apoyo por haber sido elegidas democráticamente. Existen algunos modelos como las policías religiosas de algunos países, integradas por voluntarios que cuestionan lo que les disgusta, pero no son modelos a seguir. Con independencia de uno u otro enfoque el hecho cierto es que quién quiere eludir la supervisión externa legítima o quien dice ser responsable sólo ante Dios y la Historia, lo que desea es absoluta libertad para vulnerar impunemente derechos ajenos.

Las acciones con valor moral son individuales y libres. El que se hace por imposición de la fuerza o de la ley obliga, pero restringe la libertad y saca mérito a la conducta. Con palabras del Conde Sponville (2004), “ sólo un individuo puede ser responsable. En cuanto a los grupos, sólo pueden tomar una decisión o dar prueba de responsabilidad en la medida que primero lo hagan los individuos”. Las decisiones en la empresa pueden ser individuales o grupales, pero, Sponville añade “la cosa más valorada por los individuos nunca es la más importante para los grupos. Ahora bien, por definición, todo grupo se compone de individuos, y los individuos participan en uno o varios grupos”. Por ello, la imputación de responsabilidad a las empresas está clara cuando perjudican a terceros o incumplen las normas, pero, en los otros ámbitos es difícil discernirlo, aun cuando pueda existir.

Cuando se utiliza el adjetivo social en el ámbito económico, que es el propio de la empresa, en última instancia se hace referencia a la distinción que se hacía a principios del s. XX entre economía política y economía social. La primera atendía a procurar una mayor utilidad a las actividades humanas y, la segunda, a la justicia de esta utilidad, esto es, un reparto equitativo entre todas las clases que contribuyen a la creación de riqueza. En la terminología actual, se hablaría de producción y distribución, pero cuidando que no se desvincule en exceso, pues si a la distribución no se tiene en cuenta su impacto en la eficiencia, en la motivación y en la competencia, la actividad puede deteriorarse y, con ella, los medios por generar ocupación y riqueza. De esto se deriva que sea una cuestión de realismo y responsabilidad conseguir el equilibrio que permita atender a los desfavorecidos sin perjudicar la capacidad de crecer.

## **5. Referencias bibliográficas**

Compte Sponville A. (1998) Pequeño tratado de las grandes virtudes, ed. Espasa.

Compte Sponville A.(2003) Diccionario filosófico, ed. Paidós.

Compte Sponville A.(2004) El capitalismo, ¿es moral?, ed. Paidós.

Ferrater Mora J. (1983) Diccionario de filosofía de bolsillo, ed. Alianza.

Hemel U. (2007) Valor y valores. Ética para directivos, ed. Deusto .

Trigo, J. (2009) “Valores profesionales”, en Boletín electrónico del CIES, julio, nº 72. Disponible en formato pdf en [www.grupcies.com](http://www.grupcies.com)