

SIMPOSIO UNIJES

El concepto de empresa en la encíclica *Caritas in veritate*: una aproximación desde la economía de comunión

Ricardo Aguado Muñoz¹

Resumen: La doctrina social de la Iglesia, desde la *Rerum Novarum* de León XIII (1891) hasta la *Caritas in Veritate* de Benedicto XVI (2009), ha propuesto un modelo de empresa basado en la libertad individual para la puesta en marcha de iniciativas empresariales conjugado con la responsabilidad social y el respeto medioambiental. De esta manera, la misión principal del empresario no consistiría en maximizar de cualquier manera el beneficio empresarial, sino en convertirse en un innovador que genera e impulsa proyectos. De manera expresa, en la encíclica *Caritas in Veritate* se anima al empresario a ir más allá de la lógica del beneficio, sin renunciar a él. De igual manera, se pone de manifiesto la importancia de la empresa como un valioso lugar de creatividad y de generación de puestos de trabajo, riqueza y nuevos productos y servicios. Adicionalmente, en la encíclica se señala que la gestión de la empresa debe responder no solamente al interés de sus propietarios, sino también al interés del conjunto de sujetos que se relacionan con ella (trabajadores, clientes, proveedores,...) y al interés del entorno social en el que se inserta, teniendo en cuenta la sostenibilidad ambiental de ese mismo entorno. En esta comunicación, en primer lugar, se presentarán los principios básicos sobre los que se asienta actualmente la economía de mercado. En segundo lugar, se efectuará un breve repaso de las ideas principales de la encíclica *Caritas in Veritate* sobre la actividad económica y empresarial. En tercer lugar, se introducirá la idea de "economía de comunión" y será analizada a la luz de la encíclica *Caritas in Veritate*. El artículo se cierra con un apartado de conclusiones.

Palabras clave: *Caritas in veritate, economía de comunión, economía de mercado, homo economicus, lógica del beneficio, modelo de empresa.*

Fecha de recepción: 31 de enero de 2014.

¹ Deusto Business School. Universidad de Deusto, Bilbao.

The concept of business in the encyclical *Caritas in Veritate*: an approach from the Economy of Communion

Abstract: The social doctrine of the Church, from the *Rerum Novarum* of Leo XIII (1891) to the *Caritas in Veritate* of Benedict XVI (2009), has proposed a model of enterprise based on individual freedom for the implementation of entrepreneurship with social responsibility and respect for the environment. In this way, the main mission of the entrepreneur would be not on maximizing business benefit in any way, but to become an innovator that generates and promotes projects. Expressly, in the Encyclical *Caritas in Veritate* is encouraged to the entrepreneur go beyond the logic of profit, without renouncing it. Similarly, it gets highlighted the importance of the company as a valuable place of creativity and generation of jobs, wealth and new products and services. Additionally, the Encyclical states that the management of the company should respond not only to the interests of its owners, but also the interest of the set of subjects that relate to it (employees, customers, suppliers,...) and the interest of the social environment in which it is inserted, taking into account the environmental sustainability of that same environment. In this communication, in the first place, the basic principles on which the market economy currently sits will be presented. Secondly, shall be a brief overview of the main ideas of the Encyclical *Caritas in Veritate* on economic and business activity. Thirdly, it will introduce the idea of “economy of communion” and it will be analyzed in the light of the Encyclical *Caritas in Veritate*. The article closes with a section of conclusions.

Key words: *Caritas in veritate*, “economy of communion”, market economy, homo economicus, logic of profit, model of enterprise.

La notion d'entreprise dans l'encyclique *Caritas in Veritate*: une approche de l'économie de communion

Résumé: La doctrine sociale de l'église, depuis le *Rerum Novarum* de Léon XIII (1891) à *Caritas in Veritate* de Benoît XVI (2009), a proposé un modèle d'entreprise basé sur la liberté individuelle pour la mise en œuvre de l'esprit d'entreprise avec la responsabilité sociale et respect de l'environnement. De cette façon, la mission principale de l'entrepreneur serait pas sur la maximisation des avantages pour l'entreprise en quelque sorte, mais pour devenir un innovateur qui génère et promeut des projets. Expressément, dans l'encyclique *Caritas in Veritate* est encouragé à l'entrepreneur vont au-delà de la logique du profit, sans renoncer à elle. De même, il obtient a souligné l'importance de la société comme un précieux lieu de créativité et de génération d'emplois, de richesses et de nouveaux produits et de services. En outre, l'encyclique montre que la gestion de l'entreprise doit répondre non seulement à l'intérêt de ses propriétaires, mais aussi à l'intérêt de l'ensemble des sujets qui s'y rapportent (employés, clients, fournisseurs,...) et à l'intérêt du milieu social dans lequel elle est insérée, compte tenu de la durabilité de l'environnement du même environnement. Dans la présente communication, en premier lieu, seront présentés les principes de base sur lequel se trouve actuellement l'économie de marché. Deuxièmement, doit être un bref aperçu des idées principales de l'encyclique *Caritas in Veritate* sur l'activité économique et commerciale. Troisièmement, l'idée de «économie de communion» sera introduite et elle sera analysée à la lumière de l'encyclique *Caritas in Veritate*. L'article se termine par une section de conclusions.

Mots clé: *Caritas in veritate*, économie de communion, économie de marché, homo economicus, logique du profit, modèle d'entreprise.

I. Introducción

La aparición de propuestas alternativas a la economía de mercado comenzó prácticamente al mismo tiempo que ésta se consolidaba como sistema económico preponderante. Algunos años después de que Adam Smith diera forma a las ideas básicas del sistema (Smith, 1776), otros economistas proponían soluciones radicalmente distintas (Marx y Engels, 1848). Entre ambas posturas, otros economistas clásicos propugnaban modelos más eclécticos que tomaban razonamientos de las distintas escuelas de pensamiento económico y de otros autores anteriores y/o contemporáneos (Stuart Mill, 1848). Todos estos economistas pertenecían a la escuela clásica de la economía (economía política) y mostraban interés no solamente por el concepto de plusvalía, sino también por los de bienestar y felicidad para las distintas clases sociales como resultado de la actividad económica.

A partir de la segunda mitad del siglo XIX, con la escuela marginalista, se comienza a forjar el pensamiento económico dominante en nuestros días: la escuela neoclásica. Distinguiremos tres características que comienzan a diferenciar el análisis económico a partir de entonces. Por un lado una creciente formalización (matematización) del análisis económico, de manera que la ciencia económica avanzará a base de modelos matemáticos cada vez más complejos. Por otro lado, la reducción del objeto de análisis a la empresa individual y a la persona individual, en lugar de estudiar sectores económicos, economías nacionales o grupos sociales. Y en tercer lugar, destacaremos la aparición de la racionalidad económica como explicación para el comportamiento de los agentes económicos (Barrenechea, 2011).

En este mismo periodo histórico tiene lugar la aparición de la encíclica *Rerum Novarum* (León XIII, 1891), que es reconocida como la encíclica a partir de la cual surge la doctrina social de la Iglesia (DSI).

Desde entonces, tanto la ciencia económica, como la DSI y la realidad socioeconómica no han dejado de evolucionar y de proponer distintos modelos de comportamiento para los agentes económicos y, en concreto, distintos modelos de empresa, basándose en diferentes visiones sobre la finalidad de la misma y los objetivos de los actores económicos que en ella interactúan.

En la segunda sección del artículo analizaremos los fundamentos básicos que rigen el comportamiento de la empresa y de los agentes económicos según los propone la escuela neoclásica (el paradigma dominante en la ciencia económica) y repasaremos los resultados y los desafíos que esta concepción de la economía lega al siglo XXI. En la tercera sección prestaremos una atención especial al análisis

de los conceptos de empresa y de mercado efectuados en la encíclica social más recientemente publicada, *Caritas in Veritate* (Benedicto XVI, 2009). En la cuarta sección introduciremos la idea de "economía de comunión", desarrollada a partir de los años 90 del siglo XX por el movimiento católico de los Focolares y que ha sido acogida por casi 800 empresas que compiten en el mercado en distintos países del mundo. El artículo se cierra con un apartado de conclusiones.

2. La racionalidad económica: del *homo economicus* a la globalización

La definición de economía que prevalece hasta nuestros días es la que en la primera mitad del siglo XIX propusiera Robbins, "*la economía es la ciencia que estudia la conducta humana como una relación entre fines y medios escasos que tienen usos alternativos*" (Robbins, 1932). A partir de esta definición se ha conocido a la economía como la ciencia de la escasez, ya que debe establecer qué fines y qué medios se priorizan (y por qué razón) sobre otros. La economía pone en relación recursos escasos con necesidades o deseos que potencialmente pueden no tener límite. El coste que tiene renunciar a las necesidades que deben ser pospuestas debido a la escasez de medios se denomina "coste de oportunidad". A la hora de buscar un fin para esos medios escasos, la economía propone un modelo de comportamiento para los agentes económicos basado en la racionalidad. De esta forma, la racionalidad económica dicta que cada individuo busca maximizar su bienestar (utilidad) individual, mientras que cada empresa busca maximizar el beneficio. De esa manera se alcanzará el máximo bienestar a nivel social (Smith, 1776). Esta conducta maximizadora de bienestar o de beneficio se basa en la sistematización de un comportamiento egoísta por parte de las personas, bien como consumidoras, bien como gestoras de una empresa. La persona que no se comporte de esa manera será tachada de irracional, mientras que la empresa que no busque maximizar su beneficio simplemente será expulsada del mercado. De esta manera, el sistema económico se convierte en amoral, ya que el comportamiento de los agentes económicos solamente puede uno: el maximizador. No existen, entonces, disyuntivas morales ni cuestionamientos éticos. El objetivo de la empresa es la maximización del beneficio para sus accionistas y el objetivo del individuo es el de maximizar su bienestar (Iparraguirre, 1980) (Barrenechea, 2011) (Frank, 2005).

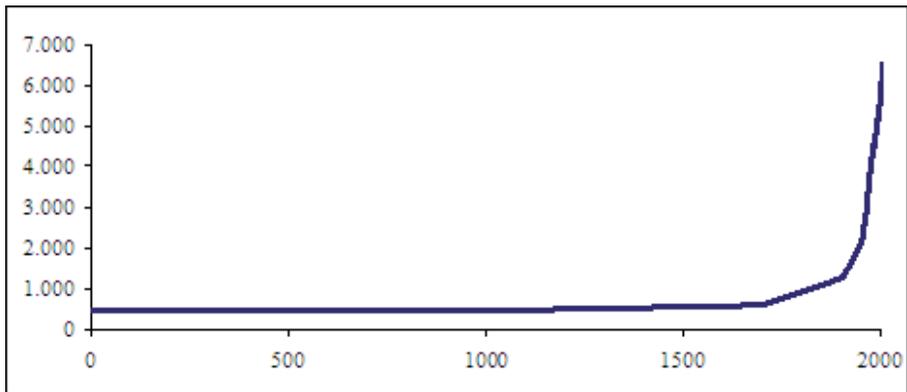
Esta concepción economicista de la empresa ha sido incluso refrendada por el sistema judicial en países como Estados Unidos, donde frente a la actuación no maximizadora del beneficio por parte del empresario, el sistema judicial declaró que

una empresa está organizada y dirigida primordialmente para el beneficio de los accionistas. Los poderes de los directivos deben ser empleados a tal fin. La discrecionalidad de los directivos está reducida a la elección de los medios para la consecución de ese fin y no se extiende al cambio del fin en sí mismo, a la reducción de beneficios o a la no distribución de beneficios entre los accionistas para usarlos en otros propósitos.²

Frente a concepciones de la empresa que buscan resaltar no sólo el beneficio económico, sino adicionalmente la responsabilidad de la misma frente a clientes, proveedores, trabajadores, administración pública y el entorno social, los economistas neoclásicos insisten en que *“la responsabilidad social de la empresa consiste en incrementar sus beneficios”* (Friedman, 1970). Tras la caída del muro de Berlín en 1989 y el posterior colapso de la Unión Soviética, la economía de mercado (en sus diversas formas) se ha extendido prácticamente a todos los países del mundo.

En la figura 1 se analiza la evolución del PIB *per cápita* a nivel internacional, con el objetivo de comprobar si la introducción de la economía de mercado ha facilitado o impedido la consecución de un mayor *PIB per cápita*.

FIGURA 1. PIB per cápita, media mundial



(medido en dólares internacionales Geary-Khamis de 1990)

Fuente: Historical Statistic for the World Economy: 1–2003 AD (Copyright Angus Maddison) (<http://www.ggdc.net>)

² Caso Dodge vs Ford Motor Co, 170 N.W. pp. 683–84, en Bruni y Uelmen (2006). Resolución de la Corte Suprema de Michigan. Traducción de los autores.

El PIB per cápita es la medida de bienestar más comúnmente aceptada por los economistas y también por los gobiernos y los organismos multinacionales, a pesar de sus limitaciones, sobre las que volveremos más adelante (Martínez, 2010). El PIB per cápita mundial se obtiene dividiendo el valor total de los bienes y servicios finales producidos en el mundo en año entre el número de habitantes de todo el planeta. A pesar del crecimiento acelerado de la población mundial en el último siglo, tal y como puede comprobarse en la figura 1, el PIB *per cápita* (PIB pc) mundial ha crecido de manera exponencial en los últimos 150 años. Este hecho nos indicaría que la economía de mercado en su concepción actual ha sido compatible con un rápido crecimiento económico. En este sentido, la economía de mercado se ha mostrado muy eficiente: ha sido capaz de contribuir a la generación de un nivel de producción exponencialmente mayor en los últimos 150 años (WEF, 2011).

Sin embargo, la utilización del PIB pc como variable explicativa del bienestar económico ha sido fuertemente contestada por algunos economistas (Stiglitz et al., 2009) (Fleurbaey, 2009) (CMEPSP, 2009) (Santacoloma y Aguado, 2011). Señalaremos dos de las críticas principales. La primera de ellas hace referencia a las situaciones de inequidad en el reparto de la renta que puede esconder la cifra de PIB pc (Sagastagoitia, 2011). Esta crítica estaría relacionada con la falta de una sostenibilidad social a largo plazo del sistema económico. Un sistema en el que la inequidad en el reparto de la renta fuera cada vez mayor a nivel global tendería a no ser sostenible en el largo plazo (OECD, 2008). La segunda hace referencia a que el PIB pc no contempla el impacto medioambiental de la actividad económica. Un sistema que cause un impacto medioambiental negativo tampoco sería sostenible en el largo plazo, ya que la polución del aire, del agua o el agotamiento de los recursos imposibilitarían el proceso de crecimiento, en primer lugar, y el desarrollo de la vida, en último lugar (Aguado y Martínez, 2011).

De las ideas anteriormente expresadas podemos colegir que una cifra creciente y elevada de PIB pc puede ser perfectamente compatible con una situación medioambiental cada vez más degradada y/o con un agotamiento de los recursos naturales necesarios para el crecimiento. A nivel global, organismos tales como Naciones Unidas reconocen que las emisiones de CO₂ y de partículas contaminantes asociadas a los procesos de crecimiento económico ponen en peligro la salud humana (WCED, 1987). De igual modo, la Unión Europea ha puesto en marcha una ambiciosa estrategia para reducir la emisión de CO₂ y de partículas contaminantes con objetivos claros de reducción para el año 2020 (EC, 2009). Al mismo tiempo, tanto estos organismos multilaterales como los gobiernos nacionales y locales hacen hincapié en la eficiencia en la utilización de materias primas y en el reciclaje (CMEPSP, 2009). Recientemente el Foro Económico Mundial (más

conocido por su nombre en inglés, World Economic Forum) ha desarrollado unos indicadores adicionales para la medición de la "competitividad sostenible", único camino posible para el desarrollo económico a largo plazo, según el propio Foro (WEF, 2011). Aplicando la metodología desarrollada por el Foro, países como EEUU, Reino Unido, China, India y Sudáfrica verían penalizada su competitividad debido al impacto ambiental de su actividad económica, mientras que otros países como Austria, Noruega o Australia la verían aumentada por la misma razón (WEF, 2011).

Según estos mismos organismos multilaterales (el sistema de Naciones Unidas, la Unión Europea, el World Economic Forum, la OCDE) las empresas, junto con la misión de conseguir beneficios, deben contribuir igualmente a la sostenibilidad ambiental de su entorno y a la consecución de una mínima cohesión social (OCDE, 2008) (WEF, 2011) (CMEPSP, 2009) (EC, 2009). De hecho, las nuevas fórmulas de medición de la competitividad a nivel internacional incorporan indicadores que tienen en cuenta no solamente la evolución del PIB pc, sino también la cohesión social y la protección ambiental (WEF, 2011). La propia teoría económica ha evolucionado en los últimos años, desarrollando el concepto de responsabilidad social empresarial (Guibert, 2009) tanto para corporaciones multinacionales como para empresas familiares, pasando por las PYMEs. Desde el humanismo cristiano y desde otros puntos de vista, diversos autores han puesto de manifiesto la necesidad de redireccionar el foco de la empresa desde la maximización del beneficio hacia la consecución del bien común. Es decir, el beneficio empresarial sería una consecuencia de que la empresa trabaja para el bien común. Aquellas actividades económicas que no generaran bien común (es decir, que generaran ganancias privadas a costa de pérdidas sociales) perderían su sentido (Giraud y Renouad, 2010). Este cambio de mentalidad está comenzando a afectar incluso a las escuelas de negocios, que han introducido y/o reforzado recientemente en sus temarios aspectos relacionados con la sostenibilidad, la ética y la responsabilidad social empresarial (Amann et al., 2011).

3. El papel de la empresa y el mercado en la encíclica *Caritas in Veritate*

Caritas in Veritate (CiV) es una encíclica que está enraizada en la doctrina social de la Iglesia (DSI). Asume, por lo tanto, el cuerpo conceptual de esta tradición de pensamiento desde la encíclica *Rerum Novarum* (León XIII, 1891). En adición a los elementos centrales de la DSI, como la justicia y el desarrollo, también toma en

consideración la creciente relevancia que la preocupación medioambiental está adquiriendo tanto en los países en vías de desarrollo como en los desarrollados. Las conferencias nacionales de los obispos de diversas partes del mundo han reflejado esta sensibilidad en distintos documentos y cartas pastorales en los últimos años (McCarthy, 2006).

La encíclica analiza la contribución al desarrollo no solamente desde el nivel macroeconómico (gobiernos nacionales, organizaciones internacionales), sino también desde el nivel de la empresa (microeconómico). En este último caso (el nivel de la empresa), *Caritas in Veritate* reconoce la validez de la aproximación a la gestión de la empresa basada en la atención a los diferentes actores que interactúan con la misma y al logro del bien común para la sociedad, en la línea de los autores presentados en la sección 2.

En cualquier caso, el objetivo de *Caritas in Veritate* no es formular soluciones técnicas a problemas económicos, sino mostrar una nueva aproximación al desarrollo económico y a la gestión de la empresa focalizada en las distintas dimensiones del ser humano. Al mismo tiempo, esta nueva aproximación introduce la dimensión moral dentro del proceso de toma de decisiones empresariales y de la economía en general. De esta manera, la toma de decisiones en el mercado será contemplada por la encíclica como un proceso basado en decisiones racionales y morales, en el que se defenderá la búsqueda de la justicia, del bien común y también la obtención de beneficios empresariales.

La encíclica *Caritas in Veritate* (CiV) se reconoce como continuadora de la encíclica *Populorum Progreso*, publicada por Pablo VI en 1967. En ambas encíclicas se desarrolla de manera central el concepto de "desarrollo humano integral" (CiV n°8), con amplias referencias al rol de la empresa y del mercado. La encíclica propone el principio de la *caridad en la verdad* como piedra angular de todo el edificio de la doctrina social de la Iglesia (CiV n°6), y como base también de la misma encíclica. Se destacan dos criterios para orientar el desarrollo humano integral: la justicia y el bien común (CiV n°7). Ambos orientarán, también, la reflexión sobre la empresa y el mercado.

La visión que Benedicto XVI propone sobre el desarrollo en *Caritas in Veritate* es eminentemente positiva. Recoge la idea expresada previamente por Pablo VI quien "*indicó en el desarrollo, humana y cristianamente entendido, el corazón del mensaje social cristiano*" (CiV n°13). Este desarrollo, además, "*debe ser integral, es decir, promover a todos los hombres y a todo el hombre*" (CiV n°18). Frente a concepciones meramente técnicas, científicas o amoraes del desarrollo, propone que su mismo centro sea la caridad, la fraternidad entre las personas y los países (CiV n°20).

La encíclica reconoce que el proceso de globalización y los avances tecnológicos, junto con la desaparición de la política de bloques, han propiciado un aumento del crecimiento económico. Benedicto XVI señala que *"la riqueza mundial crece en términos absolutos, pero aumentan también las desigualdades"* (CiV n°22). Esta afirmación es consistente con los datos presentados en la sección 2 de este trabajo. La encíclica señala que fruto de estas desigualdades coexisten estilos de vida consumistas y derrochadores junto con situaciones de miseria deshumanizadora, inseguridad alimentaria y dificultades en el acceso al agua (CiV n°27). Profundizando en la línea de la sostenibilidad social del desarrollo, la encíclica critica la reducción de los derechos de los trabajadores y la renuncia consciente a la distribución de la renta con el objetivo de incrementar la competitividad de un país a nivel internacional en el corto plazo (CiV n°32). La obsesión por conseguir resultados económicos en el muy corto plazo exigiría una *"nueva y más profunda reflexión sobre el sentido de la economía y sus fines"*, así como el progresivo deterioro medioambiental del planeta, también víctima de este cortoplacismo (CiV n°32).

La encíclica analiza, igualmente, el papel de la empresa y del mercado. En primer lugar, la encíclica reconoce en el mercado la *"institución económica que permite el encuentro entre personas [...] que intercambian bienes y servicios de consumo para satisfacer sus necesidades y deseos"* (CiV n°35). Sin embargo, *"la exigencia de la economía de ser autónoma, de no estar sujeta a 'injerencias' de carácter moral, ha llevado al hombre a abusar de los instrumentos económicos, incluso de manera destructiva"* (CiV n°34). Como se subraya en la sección 2, en la concepción neoclásica de la economía no hay lugar para el cuestionamiento moral. La consecución del mayor bienestar para la sociedad se consigue siguiendo ciegamente la *racionalidad* económica del *homo economicus*, consistente en la maximización del beneficio (para las empresas), o bien la maximización del bienestar (para el individuo–consumidor). Con el paso del tiempo, este comportamiento egoísta basado en la maximización ha desembocado en *"sistemas económicos, sociales y políticos que [...] no han sido capaces de asegurar la justicia que prometían"* (CiV n°34).

Benedicto XVI propone un cambio en el objetivo de la actividad económica para orientarla a la consecución del bien común (CiV n°36). De esta manera, *"toda decisión económica tiene consecuencias de carácter moral"* (CiV n°37). Existe, entonces, un espacio para la moralidad dentro de las decisiones que se toman en el mercado. Las empresas, por ejemplo, pueden elegir entre mantener comportamientos egoístas–maximizadores, o bien pueden optar *"libremente por ejercer su gestión movidas por principios distintos al del mero beneficio, sin renunciar por ello a producir valor económico"* (CiV n°37).

Benedicto XVI propone a los agentes económicos que actúan en el mercado que no sólo actúen con respeto a los principios tradicionales de la ética social, como la transparencia, la honestidad, la responsabilidad y el respeto a la legalidad, sino que también den cabida al principio de la gratuidad dentro de la actividad económica ordinaria (CiV n°36). Esta propuesta es contraria al funcionamiento del mercado según el pensamiento neoclásico, basado en el egoísmo individual (consumidor) u organizacional (empresa). Sin embargo, la propuesta entronca con una concepción económica donde la caridad (*caritas*) ocupa un lugar preferente no solamente fuera o después de la actividad económica (en la vida familiar y social, por ejemplo), sino desde el comienzo de esa actividad y durante todo el proceso económico. La búsqueda del desarrollo integral por medio del mercado debe seguir los dos principios básicos mencionados al comienzo de esta sección, la justicia y el bien común. Para ello es necesario apoyar la “*apertura progresiva en el contexto mundial a formas de actividad económica caracterizadas por ciertos márgenes de gratuidad*” (CiV n°39).

Esta concepción del funcionamiento del mercado se complementa con una serie de propuestas renovadoras sobre el modo de entender la empresa. Estas propuestas entroncan con el cuerpo de la doctrina social de la Iglesia³, así como con nuevas formas de entender la empresa desde la ciencia económica (Hamschmidt y Pirson, 2011) (Kimakowitz et al., 2011) (Friendland, 2009) (Thatchenkery et al., 2010)⁴. La encíclica propone que la empresa no se conforme con responder de manera exclusiva a las expectativas de lucro de los inversores, sino que también considere su dimensión social. Por un lado, “*la gestión de la empresa no puede tener en cuenta únicamente el interés de sus propietarios, sino también el de todos los otros sujetos que contribuyan a la vida de la empresa: trabajadores, clientes, proveedores de los diversos elementos de producción, la comunidad de referencia*” (CiV n°40). Por otro lado, la empresa debe orientar su finalidad hacia el bien común y su propia sostenibilidad en el largo plazo, evitando que la especulación y el beneficio inmediato se conviertan, *de facto*, en los verdaderos objetivos de la empresa.

³ Especialmente con las encíclicas *Laborem exercens* y *Centesimus annus* de Juan Pablo II y la *Populorum progressio*, de Pablo VI

⁴ Todas estas obras tienen en común una visión *humanista* de la empresa (el centro es la persona), en la que el objetivo de maximizar el beneficio queda muy matizado por otros objetivos de orden social (la contribución que la empresa hace al bien común de la sociedad y el trato que existe hacia el capital humano de la misma) y de orden medioambiental (la empresa debe ser sostenible)

4. La economía de comunión y *Caritas in Veritate*

Como hemos visto en las secciones anteriores, frente a una concepción amoral basada en la maximización del beneficio empresarial o del bienestar individual, la doctrina social de la Iglesia y, más concretamente, la encíclica *Caritas in Veritate* retoma la idea del desarrollo humano integral. Este tipo de desarrollo reclama el componente moral de las decisiones tomadas por los agentes económicos en el mercado y pide que esas decisiones se orienten desde la justicia y el bien común. A nivel de empresa, la encíclica propone superar la maximización del beneficio como objetivo único de la empresa y considerar la dimensión social y ambiental de la misma, teniendo en cuenta a todos los partícipes sociales de la misma (no solamente a los inversores), a la comunidad donde desarrolla su actividad y el servicio al bien común. Benedicto XVI cita expresamente a la economía de comunión para poner de manifiesto cómo es posible *“concebir la ganancia como un instrumento para alcanzar objetivos de humanización del mercado y de la sociedad”* (CIV n°46).

La novedad más impactante, desde el punto de vista de la economía neoclásica, consiste en la introducción del principio de gratuidad, como expresión de fraternidad, dentro de la actividad económica ordinaria. Este principio, como veremos a lo largo de la sección, está presente de una manera especial en la economía de comunión (EdC).

La EdC surge dentro del movimiento de los Focolares, creado por Chiara Lubich en la ciudad italiana de Trento, durante los bombardeos que sufrió esa ciudad en la segunda Guerra Mundial. Los focolares mostraron desde un principio un comportamiento parecido al de las primeras comunidades cristianas: *“compartían con alegría cuanto poseían, con una forma de dar y de recibir en la que, incluso en los momentos difíciles, todos eran hermanos e iguales”* (Ferrucci, 2011). Los focolares maduran su vocación buscando la santificación en la vida de familia, en el trabajo y en la sociedad, como laicos. Pronto, los miembros de esta comunidad empezaron a extenderse por otros países y continentes alrededor de los principios de fraternidad y de unidad (Lubich, 2007).

El año 1991 es clave para el movimiento. A nivel internacional, el muro de Berlín había caído unos años antes, y con él la ideología comunista. Juan Pablo II acababa de publicar su encíclica *Centesimus Annus*, de un marcado carácter social. Clara Lubich, durante su visita a Brasil en ese mismo año, se sorprendió al observar el contraste entre los rascacielos y las *favelas* en la ciudad de San Pablo. El movimiento entero de los focolares se conmovió ante este contraste entre extrema riqueza y

pobreza en la misma ciudad. Tras una reflexión comunitaria, el movimiento focolar urgió a la creación de nuevas empresas para producir trabajo y recursos y, mediante estas empresas, contribuir a “sacar a los pobres de su condición y formar hombres nuevos” (Ferrucci, 2011).

La propuesta consistía en extender ese sentimiento de unión y solidaridad que existía en las comunidades focolares hacia la creación de empresas, invitando a las personas a generar nuevas ideas de negocio o a transformar empresas ya existentes. Es el comienzo de la “economía de comunión”. Las empresas creadas o transformadas al calor de esta iniciativa compiten en el mercado con el resto de empresas privadas, con la importante diferencia de que sus beneficios serán destinados a tres finalidades concretas. Un tercio será reinvertido en la propia empresa para asegurar su capitalización y competitividad, un segundo tercio será destinado a difundir la cultura de la economía de comunión (mediante congresos, conferencias, etc.) y el tercer tercio será destinado a socorrer a las personas en situación de necesidad, empezando por aquellas cercanas a las comunidades de focolares, siguiendo el principio de subsidiariedad (Bruni y Uelmen, 2006).

Es importante destacar que todas las ayudas e intercambios que se producen dentro de la EdC se implementan bajo el principio de la reciprocidad. La reciprocidad difiere del altruismo y del intercambio que se produce en el mercado. El comportamiento altruista percibe a la persona en necesidad como si no tuviera capacidad de iniciativa y puede llegar a crear una situación de dependencia en la persona que recibe la ayuda. Por otro lado, el intercambio de mercado requiere una equivalencia exacta en el valor de los bienes y servicios intercambiados. En contraste, la reciprocidad requiere que ambas partes (la que da y la que recibe) contribuyan con algo a la relación de intercambio, aunque estas contribuciones sean desiguales (Zamagni, 2002). De esta manera, cuando una empresa vinculada a los principios focolares ayuda a personas en necesidad, se establece una relación de reciprocidad entre la empresa y estas personas. Las personas en situación de pobreza ofrecen sus necesidades y las empresas aportan parte de sus beneficios, creando un sentimiento de comunidad y confianza mutua que elimina actitudes de tipo paternalista (Buckeye, Gallaguer y Garlow, 2011). Tanto las necesidades de las personas como los beneficios (ambas cosas se comparten) tienen el mismo valor en esta relación. El objetivo final de la relación no es solamente “enseñar a pescar”, sino “pescar juntos” (Mundell, 2011). Como indica la propia Comisión Internacional de EdC

hoy en día la herramienta más importante para eliminar la exclusión en el mundo no es la redistribución, sino la creación de nueva riqueza que implique directamente la participación de personas desfavorecidas en el proceso de creación. Sin esto, cualquier

asistencia financiera puede terminar desembocando en un mero asistencialismo y en el paternalismo, justo lo opuesto al espíritu y a la cultura de comunión (Comisión Internacional EdC, 2011).

En relación a las transacciones de mercado habituales con clientes, suministradores u otros partícipes sociales, el principio de reciprocidad se implementa a través de la regla de oro en ética: la empresa debe tratar a sus partícipes sociales de la misma manera en que desearía ser tratada por ellos. En la práctica, esto significa que la empresas EdC, al interactuar con los partícipes sociales, se sitúan como un agente económico cuyo objetivo es el de establecer una relación de largo plazo y basada en la confianza. En ocasiones, este objetivo se alcanzará no maximizando de manera deliberada los beneficios a corto plazo y reemplazando cualquier tipo de comportamiento oportunista por una visión de largo plazo con clientes, suministradores e incluso competidores en la que haya espacio para situaciones de beneficio compartido (*win-win situations*) (Comisión Internacional EdC, 2011). En la actualidad, unas 800 empresas ubicadas por distintos países y continentes funcionan según estos principios, muchas de ellas agrupadas en parques industriales específicos (Bruni y Zamagni, 2004).

La economía de comunión, entonces, no solamente busca la competitividad en el mercado, sino que también tiene en cuenta las necesidades de las personas en situación de pobreza (Gold, 2010). Adicionalmente, la EdC también influye en la manera en que las empresas son gestionadas: mostrando confianza en suministradores y clientes, no despidiendo automáticamente trabajadores para ajustar la cifra de beneficio, etc. Es decir, frente a la lógica del beneficio se impone la fraternidad también en la esfera económica, permitiendo la personalización y la gratuidad (comunión) en las relaciones de mercado (Bruni y Zamagni, 2004). Se trata de colocar la cultura del dar y del amor en el centro de la actividad económica y de la empresa, dentro de la economía de mercado (Bruni y Uelmen, 2006).

La EdC está muy relacionada con la espiritualidad de los focolares. No se trata de una espiritualidad reducida a una ética empresarial o económica. Es una espiritualidad que busca la santificación de las personas también a través de la vida económica ordinaria, no solamente a través de la vida social que viene después de la vida profesional. Esta espiritualidad está basada en dos pilares fundamentales. El primero de ellos es el mandamiento del amor: *“Os doy un mandamiento nuevo: amaos los unos a los otros como yo os he amado”* (Jn 15, 12–13). En este mandamiento descubrieron los focolares el amor de Dios por cada persona, a la vez que la necesidad de practicar esa misma calidad del amor de Dios por cada persona entre los miembros de la comunidad y el resto de la sociedad. De esa

manera empezaron a compartir sus miedos, preocupaciones, alegrías, posesiones, bienes materiales y espirituales (Uelmen, 2010). El segundo pilar es la unidad. A partir de la última oración de Jesús antes de morir “*para que todos sean uno*” (Jn 17,21), el deseo de permanecer en la unidad ha permanecido como una de las columnas vertebrales del movimiento focolar. Unidad de cada persona con Dios, unidad entre las personas que forman la comunidad y unidad con el resto de la sociedad. (Uelmen, 2010).

De esta espiritualidad basada en el amor (*caritas*) y en la unidad surge con fuerza la idea de transformar las estructuras económicas y sociales del mundo, con una mentalidad abierta a la colaboración ecuménica. La economía de comunión es parte del reflejo de esta espiritualidad en la economía de mercado (Bruni y Uelmen, 2006). Un modo de hacer empresa en el que la gratuidad, la fraternidad, la caridad y la justicia están presentes en organizaciones competitivas.

5. Conclusiones

El pensamiento neoclásico, escuela económica dominante en la actualidad, ha propuesto la institución del mercado como un espacio amoral donde, mediante el comportamiento egoísta de los agentes económicos, se consigue el máximo bienestar social. La racionalidad económica solamente ofrecería una vía para conseguir el máximo bienestar social, y ésta pasaría por la maximización del beneficio empresarial y del bienestar individual. Sin embargo, es cierto que este planteamiento ha sido modificado por teorías económicas recientes que toman en consideración el interés de los partícipes sociales y la sostenibilidad social y ambiental de la acción empresarial. A menudo, estas teorías incorporan un punto de vista basado en el humanismo cristiano.

La aproximación explicitada en *Caritas in Veritate* está alineada con el mencionado humanismo cristiano y la previa Doctrina Social de la Iglesia. Uno de los puntos esenciales de CiV consiste en reintroducir la moralidad en el proceso de desarrollo y en la institución del mercado, específicamente. Frente al comportamiento egoísta y maximizador del *homo economicus*, Benedicto XVI propone como guías de comportamiento en CiV la justicia y el bien común. Atendiendo a estos dos principios será posible hacer contribuciones positivas desde la economía al desarrollo humano integral, que atiende a toda la humanidad (no sólo al mundo desarrollado) y en todas las facetas del ser humano (no sólo, aunque también, en la material).

La economía de comunión se configura como un espacio privilegiado para generar este desarrollo humano integral. Junto con la preocupación por la competitividad y el beneficio, la empresa busca la obtención del bien común a través de la fraternidad con las personas en necesidad y de una gestión de la empresa dentro de la cultura de la reciprocidad. Así, las relaciones de fraternidad y de justicia no se viven únicamente al margen de la actividad económica (en la vida familiar o social), sino también durante la vida laboral y las transacciones económicas. De esa manera, la vida de las personas puede formar un continuo moral en todas las esferas de la vida (profesional, económica, familiar, social) y contribuir al desarrollo humano integral para todas las personas y en todas las facetas del ser humano.

6. Bibliografía

AGUADO, R. y MARTÍNEZ, J. (2011): "Una propuesta alternativa al Producto Interior Bruto como indicador de sostenibilidad y desarrollo bajo el prisma del pensamiento social cristiano", en *Revista de Fomento Social* n° 262 (abril-junio), pp. 219-249.

ÁLVAREZ, M., AGUADO, R. y MARTÍNEZ, J. (2008): *Estructura, Innovación y Crecimiento Económico*. Bilbao, DDB.

AMANN, W. *et al.* (2011): *Business Schools under fire*. Palgrave McMillan, Houndmills.

BARRENECHEA, J. M. (2011): "El análisis económico ortodoxo y sus límites" en SANTACOLOMA, J. y AGUADO, R. (2011) (coords): *Economía y Humanismo Cristiano (Una visión alternativa de la actividad económica)*. Serie Economía. Bilbao, Universidad de Deusto.

BENEDICTO XVI (2009): *Caritas in veritate*, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (accedido 2 junio 2012).

BENIOFF, M. y SOUTHWICK, K. (2004): *Compassionate Capitalism*. Career Press, Franklin Lakes, NJ.

BRUNI, L. y UELMEN, A. (2006): "Religious values and corporate decision making: the economy of communion Project". *Fordham journal of corporate & financial law*, Vol XI, pp. 645-680.

BRUNI, L. y ZAMAGNI, S. (2004): "The Economy of Communion: Inspirations and Achievements" *Finance & The Common Good/Bien Commun*, n° 20, pp. 91–97.

BUCKEY, J. G., GALLAGHER, J. B. y GARLOW, E. (2011): "Mundel&Associates, Inc.: Managing When Faith Really Matters", *Case Research Journal* Volume 31, Issue 2, Spring 2011.

CMEPSP (2009): *Report of the commission on the measurement of economic performance et social progress, September, 14, 2009*, disponible en <http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/documents.htm> (accedido 2 junio 2012).

COMISIÓN INTERNACIONAL EdC (2011): *General Guidelines for Operating an Economy of Communion Business*, accessible en <http://www.edc-online.org/en/publications/eoc-newsletter/n-28/516-le-nuove-linee-per-condurre-unimpresa-di-economia-di-comunione.html> (acceso 5 julio 2012).

CORNWALL, J. R. y NAUGHTON, M. J. (2003): "Who is the Good Entrepreneur? An Exploration within the Catholic Social Tradition", *Journal of Business Ethics* 44 (1/2), pp. 61–75.

Elkington, J. (1998): *Cannibals with Forks: the Thripple Bottom Line of 21st Century Business*. (Gabriola Island, BC and Stony Creek, CT: New Society Publishers).

ESCUADERO, M. (2011): "The future of Management Education: A Global Perspective", en Amann, W. et al., (2011): *Business Schools under fire*. Palgrave MacMillan, Houndmills.

EUROPEAN COMMISSION (EC) (2009): *General Report on the activities of the European Union*. Bruselas, EC.

FERRUCCI, A. (2011): "Veinte años de EdC: una historia de amor entre el cielo y la tierra" disponible en <http://www.edc-online.org/es/publicaciones/ponencias-en-congresos/> (accedido 2 de junio 2012)

FLEURBAEY, M. (2009): "Beyond GDP: The Quest for a Measure of Social Welfare". *Journal of Economic Literature*, 47:4, pp. 1029–1075.

FRANK, R. (2005): *Microeconomía y conducta*. Madrid, McGraw–Hill.

FREEMAN, E. et al. (2004): "Stakeholder Theory and the Corporate Objective Revisited", *Organization Science*, 15(3), 364–9.

- FRIEDMAN, M. (1970): "The social responsibility of a firm is to increase its profits". Nueva York, New York Times Magazine.
- FRIENDLAND, J. (ed) (2009): *Doing well and good. The human face of the new capitalism*. IAP, Charlotte.
- GIRAUD S.I., G. y RENOARD, C. (2010): "¿Cómo reformar el capitalismo?" *Revista de Fomento Social* n° 259 (julio-septiembre), pp. 421-440.
- GOLD, L. (2010): *New Financial Horizons. The Emergence of an Economy of Communion*. Nueva York, New City Press.
- GUIBERT, J. M. (ed.) (2009), *Responsabilidad Social Empresarial. Competitividad y casos de buenas prácticas en pymes*, San Sebastián, Universidad de Deusto.
- HAMSMCHMIDT, J. y PIRSON, M. (2011): *Case studies in social entrepreneurship and sustainability*. Sheffield, Greenleaf Publishing.
- IPARRAGUIRRE, D. (1980): *Lecciones de microeconomía teórica*. Bilbao, Universidad de Deusto.
- JENSEN, M. C. (2001): "Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function", *European Financial Management*, 7 (3).
- KEAY, A. (2007): "Tackling the Issue of the Corporate Objective: An Analysis of the United Kingdom's Enlightened Shareholder Value Approach", *Sydney Law Review*, 29(4).
- KIMAKOWITZ *et al.* (2011): *Humanistic Management in Practice*. Hounmills, Palgrave McMillan.
- LEÓN XIII (1881): *Rerum novarum*, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (accedido 2 de junio 2012).
- LUBICH, Ch. (2007): *Essential Writings: Spirituality, Dialogue, Culture*. Nueva York, New City Press.
- MARTÍNEZ, J. (2010): "El PIB (per cápita) como indicador de sostenibilidad". *Boletín de Estudios Económicos*, Vol. 65, n° 200, pp. 283-308.

MARX, K. y ENGELS, F. (1848): *Manifesto of the Communist Party*. Chicago, Charles Kerr.

MCCARTHY, J. (2006): *Catholic Social Teaching and Ecology Fact Sheet*, available on http://ecojesuit.com/wp-content/uploads/2011/06/CST_ENG.pdf (acceso 5 julio 2012).

MUNDEL, J. A. (2011): "The Economy of Communion Business and Corporate Social Responsibility". Conderencia desarrollada en el Congreso "The economy of communion and African economic vocation-theory and Best practice", Nairobi (Kenya), Catholic University of Eastern Africa, enero, pp. 26-28.

NAUGHTON, M. J. *et al.* (1995): "The Common Good and the Purpose of the Firm: A Critique of the Shareholder and Stakeholder Models from the Catholic Social Tradition", *Journal of Human Values*, 1, pp. 221-37.

OECD (2008): *Growing unequal? Income Distribution and Poverty in OECD countries*. París, OECD.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (UN) (2010): *Summit on the Millennium Development Goals*. Nueva York, UN.

PIRSON, M. (2011): "What is business organized for? The role of business in society over time" en Amann, W. *et al.*, (2011): *Business Schools under fire*. Houndmills, Palgrave MacMillan.

PORTER, M. E. y KRAMER, M. R. (2002): "The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy", *Harvard Business Review*, diciembre; 80(12): 56-68, 133.

ROBBINS, L. (1932): *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, Londres, MacMillan and Co Ltd

SAGASTAGOITIA, J. (2011): "Justicia económica: todas las personas tienen derecho a participar de la economía" en SANTACOLOMA, J. y AGUADO, R. (2011) (coords): *Economía y Humanismo Cristiano (Una visión alternativa de la actividad económica)*. Serie Economía. Bilbao, Universidad de Deusto.

SANTACOLOMA, J. y AGUADO, R. (2011) (coords): *Economía y Humanismo Cristiano (Una visión alternativa de la actividad económica)*. Serie Economía. Bilbao, Universidad de Deusto.

SMITH, A. (1776): *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Londres, Strahan y Cadell.

STIGLITZ, J., SEN, A. y FITOUSSI, J.-P. (2009): *The Measurement of Economic Performance and Social Progress Revisited – Reflections and Overview*, septiembre, 16, disponible en <http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/en/documents.htm> (accedido 12 de febrero 2012).

STUART MILL, J. (1848): *Principles of Political Economy with Some of Their Applications to Social Philosophy*. Boston, Charles C. Little y James Brown.

THATCHENKERY, T. *et al.* (2010): *Positive design and Appreciative Construction: From Sustainable Development to Sustainable Value*. Emerald Books, Bingley.

UELMEN, A. (2010): "Caritas in veritate and Chiara Lubich: human development from the vantage point of unity". *Theological studies* 71, pp 29–45.

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (1987): *From One Earth to One World: An Overview*. Oxford, Oxford University Press.

World Economic Forum (WEF) (2011): *The Global Competitiveness Report 2011–12*. Génova, WEF.

ZAMAGNI, S. (2002): "On the Foundation and Meaning of the 'Economy of Communion' experience" en BRUNI, L. (ed) (2002): *The Economy of Communion*. Hyde Park, NY, New City Press.