

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

Economía, empresa y valores morales
Economics, firm and moral values

Autor/a: D^a María Méndez Alonso

Tutor/a: D. Federico Aguilera Klink

Grado en Administración y Dirección de Empresas
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Curso Académico 2013 / 2014

La Laguna a 1 de Julio de 2014

D. Federico Aguilera Klink, Catedrático del Departamento de Economía Aplicada y
Métodos Cuantitativos,

CERTIFICA:

Que la presente Memoria de Trabajo Fin de Grado titulada "Economía, empresa y
valores morales" y presentada por la alumna María Méndez Alonso y
realizada bajo mi dirección, reúne las condiciones exigidas por la Guía Académica de
la asignatura para su defensa

Para que así conste y surta los efectos oportunos, firmo la presente, en La Laguna a 1
de Julio de dos mil catorce

El tutor

Fdo: D. Federico Aguilera Klink

La Laguna, 1 de Julio de 2014



LUGAR Y FECHA

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. ECONOMÍA Y RACIONALIDAD: SOMOS EGOÍSTAS Y TAMBIÉN COOPERAMOS.....	6
2.1. RACIONALIDAD ECONÓMICA, EGOÍSMO Y EMPATÍA.....	6
2.2. PERSPECTIVAS SOBRE LA COMPETENCIA.	9
3. LA JUSTICIA COMO BASE FUNDAMENTAL DEL EDIFICIO ECONÓMICO: IMPLICACIONES DEL COMERCIO JUSTO.....	11
3.1. JUSTICIA Y BENEFICENCIA.....	11
3.2. COMERCIO INTERNACIONAL.....	12
3.2.1 El poder de las multinacionales en el comercio internacional.	14
3.2.1.1. <i>Apple</i>	18
3.2.1.2. <i>Inditex</i>	19
3.3. COMERCIO JUSTO Y TRABAJO DIGNO.	20
4. EL PAPEL DE LAS EMPRESAS EN LA SOCIEDAD: LA VERDADERA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN.	23
4.1. LA VERDADERA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA.	23
4.2. LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN (CHRISTIAN FELBER)	25
5. CONCLUSIONES.....	28
6. BIBLIOGRAFÍA	30

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS:

TABLAS:

3.1. Exportaciones mundiales de mercancías por grandes grupos de productos, y por regiones, 2012.....	13
3.2. Suministros de mercancías y servicios por filiales estadounidenses establecidas en el extranjero, 2010	16

FIGURAS:

3.1. Pros y contras de Apple.....	19
3.2. Pros y contra de Inditex	20
4.1. La matriz del bien común	27

RESUMEN:

La economía de mercado basada en la maximización de beneficios y la búsqueda del interés individual, que teóricamente tiene como finalidad el bienestar general de la sociedad, ha evidenciado una serie de problemas durante los años que invita a reflexionar sobre nuevos modelos económicos. Tras el análisis de autores como Adam Smith y el estudio del funcionamiento de las empresas en la actualidad, hemos llegado a la conclusión de que los valores en los que se cimenta la economía no se corresponden a los de la naturaleza humana y no son eficaces con el fin de alcanzar el bien común, con lo que son necesarias nuevas propuestas que tengan como principal objetivo esto último. La Economía del Bien Común planteada por Christian Felber podría ser un mecanismo válido para alcanzar el bienestar general y conseguir reducir las desigualdades sociales.

Palabras clave: economía empresas valores bien común

SUMMARY:

The market economy based on profit maximization and the pursuit of self-interest, which theoretically aims the general welfare of society, has shown us a number of problems over the years that invite us to reflect about new economic models. After analyzing authors such as Adam Smith and studying how businesses work today, we have reached the conclusion that the values , on which the economy is founded, are not corresponded with human nature and they are not effective in order to achieve the common good. For this reason we need new proposals whose main objective were the common good. The Economy for the Common Good raised by Christian Felber could be a valid instrument to achieve overall wellbeing and reduce social inequalities.

Keywords: economy enterprises values common good

1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, nos encontramos sumergidos en una crisis sin precedentes, que ha dado lugar a que los fallos del sistema se tornen más esclarecedores que nunca. El aumento de las desigualdades sociales, la pobreza, los daños al medioambiente, son tan sólo ejemplos de las consecuencias negativas derivadas de la búsqueda de los intereses individuales en la que se basa la racionalidad económica actual. Es necesario señalar, que este tipo de problemas generados por las actividades encuadradas en la economía de mercado, no son novedosas, no obstante, es en situaciones como la actual, cuando el conjunto de la sociedad se vuelve más crítica hacia dichas imperfecciones, y reclama soluciones que favorezcan al bienestar global. Las acciones aisladas de organizaciones, o pequeños actos de solidaridad no parecen ser las opciones más eficaces para erradicar este tipo de injusticias. Por esta razón, resulta fundamental el estudio de los valores en los que se basa el modelo económico actual, con el fin de identificar las razones por las que se producen estos problemas derivados de la racionalidad económica y posibles alternativas que logren favorecer al común de la sociedad. Esto último, será precisamente el objetivo fundamental de este trabajo.

Con el fin de alcanzar dichas metas, me he basado en las teorías de diferentes autores, clásicos y actuales, destacando entre ellos a Adam Smith, al que muchos consideran el padre del liberalismo, y en cuyos planteamientos se cimenta la economía de mercado.

La metodología, por lo tanto, consistirá en el análisis de la bibliografía de diferentes autores, partiendo de los planteamientos de Adam Smith, y relacionándolos con los de otros pensadores modernos. También se basará en el estudio del comercio internacional mediante la exploración de datos estadísticos proporcionados por la Organización Mundial de Comercio, y la búsqueda de bibliografía relacionada con este tema. El análisis del funcionamiento de las empresas en la actualidad se llevará a cabo a través de la búsqueda de información en sus correspondientes webs corporativas, y de noticias en diferentes diarios que nos proporcionen datos sobre sus actuaciones. Por último, la responsabilidad social corporativa, el comercio justo y la economía del bien común se investigarán también por medio de bibliografía relacionadas.

Así pues, el trabajo comenzará con una referencia a Smith, para comparar sus propuestas con los del sistema actual, y conocer los valores en los que se sustenta la economía. A continuación analizaré, bajo los ideales de justicia de este economista las consecuencias generadas por este sistema, el funcionamiento de las empresas que actúan bajo los criterios de la economía de mercado, así como el estudio de las implicaciones de Comercio Justo. Por último, y teniendo en cuenta los razonamientos anteriores, proporcionaré alternativas a la situación actual, basándome en los planteamientos de la Economía del Bien Común de Christian Felber y de la Responsabilidad Social Corporativa.

2. ECONOMÍA Y RACIONALIDAD: SOMOS EGOÍSTAS Y TAMBIÉN COOPERAMOS

2.1. RACIONALIDAD ECONÓMICA, EGOÍSMO Y EMPATÍA

“Casi siempre, el hombre tiene la ocasión de recibir la ayuda de sus semejantes, y es inútil que la espere solamente de su benevolencia. Es más probable que lo consiga si puede inclinar en su favor el egoísmo de ellos, demostrándoles que les interesa hacer lo que él les pide (...) Dame esto que deseo y yo te daré esto que deseas tú, este es el significado de todo trato; y esa es la manera en que conseguimos mutuamente la mayor parte de los bienes que necesitamos”

“No es la benevolencia del carnicero, del cervecero o del panadero la que procura el alimento, sino la consideración de su propio interés. No invocamos sus sentimientos humanitarios sino su egoísmo; ni les hablamos de nuestras necesidades, sino de sus ventajas. Solo un mendigo decide depender principalmente de la benevolencia de sus conciudadanos.

Todo individuo (...) ni pretende promover el interés público ni sabe cuánto lo está promoviendo (...) Lo único que busca es su propio provecho y en este, como en otros muchos casos, una mano invisible lo lleva a promover un fin que entraba en sus intenciones. No es siempre malo para la sociedad que no entrara en sus intenciones. Al buscar su propio interés, promueve el de la sociedad más eficazmente que si realmente pretendiera promoverlo” (Smith, 1776: 45)

Este fragmento de la obra de Adam Smith “La riqueza de las naciones”, en el que se muestra a un Smith defensor de la búsqueda del interés personal como medio para alcanzar el bienestar económico social, puede que sea una de las piezas más divulgadas del autor, y se ha considerado la base intelectual de la economía de mercado.

En diversos manuales de teoría económica se nos da la idea de que el capitalismo (entendido desde la perspectiva anteriormente mencionada) es un mecanismo casi perfecto con el fin organizar la actividad económica. N. Gregory Mankiw habla ello y defiende la búsqueda del interés personal en uno de sus “diez principios de economía”, afirmando que: “en una economía de mercado, nadie busca el bienestar económico de la sociedad en su conjunto. En el libre mercado hay muchos compradores y vendedores de numerosos bienes y servicios y a todos les interesa, principalmente, su propio bienestar. Sin embargo, a pesar que las decisiones se toman de una manera descentralizada y de que los que las toman buscan su propio provecho, las economías de mercado han demostrado ser capaces de organizar con notable éxito la actividad económica de una forma que promueve el bienestar económico general”(Mankiw, 2009: 11)

Sin embargo, es en épocas de crisis como la nuestra, cuando nos planteamos la verdadera eficacia de esta forma de entender la economía y el comportamiento del ser humano en general. Y es que, ¿no es cierto que hoy en día nos encontramos en un panorama en el que la desigualdad¹ es cada vez más evidente (según un informe de la OCDE “Rising inequality: youth and poor fall further behind” publicado en junio de 2014), y en el que los valores económicos y monetarios se sobreponen a los derechos sociales? ¿Podríamos considerar pues, que la búsqueda del bien individual nos llevaría necesariamente al general de la humanidad?

Estos interrogantes nos devuelven irremediabilmente a la figura de Adam Smith, quien, tal y como se refleja al principio de este apartado, normalmente se ha tomado como estandarte de un modo de entender el funcionamiento de la economía; aún más de la formulación clásica de la economía moderna. Ésta ha venido basándose en las decisiones de los mercados, en la distribución de recursos escasos, cuya posesión otorga el poder a unos pocos; y en la competencia como arma de las empresas para alcanzar el progreso económico; todo ello fundamentado bajo la búsqueda del propio interés de los individuos que conforman la sociedad.

Sin embargo, esta perspectiva no es sino una interpretación sesgada o parcial de su obra. Así pues, en “La Teoría de los Sentimientos Morales”, el autor nos advertía ya en el siglo XVIII que “por muy egoísta que se puede suponer al hombre, existen evidentemente en su naturaleza algunos principios que le hacen interesarse por la suerte de otros, y hacen que la felicidad de estos le resulte necesaria, aunque no derive de ella nada más que el placer de contemplarla. Tal es el caso de la lástima o compasión, la emoción que sentimos ante la desgracia ajena cuando la vemos o cuando nos la hacen concebir de forma muy vivida (...) Este sentimiento, como todas las pasiones originales de la naturaleza humana, no se halla en absoluto circunscrito a las personas más virtuosas o humanitarias (...) No se halla desprovisto de él ni el más brutal violador de las leyes de la sociedad” (Smith, 1759: 49)

El visible antagonismo entre los dos textos del renombrado economista evidencia al menos una cosa: la necesidad de replantearse si acaso la idea de que la naturaleza humana está directamente relacionada con el egoísmo pudiera haber perdido la fuerza que como idea base del sistema ha venido teniendo. Y con ello, se derrumbaría igualmente el dogma de que sólo así la economía es capaz de funcionar correctamente,

¹ España fue el país de la OCDE donde más aumentó la desigualdad en términos de ingresos disponibles en los tres primeros años de crisis, según un informe publicado en Junio de 2014. Según dicho informe, “La crisis del empleo en España no ha afectado a todos por igual. Los efectos de la crisis se han hecho sentir con más fuerza en los grupos más vulnerables y las desigualdades han crecido rápidamente”

y por consiguiente, también la noción de que es la única vía de avance de la sociedad. Pero si volvemos al origen de esta reflexión, el estudio del ser humano como sujeto de la economía sigue siendo un tema de gran actualidad.

En este sentido, la definición de un hombre egoísta y compasivo de forma paralela, que hacía hace más de dos siglos Adam Smith, se asemeja a estudios antropológicos hechos en la actualidad. Así, Frans De Waal, nos definía como seres bipolares en 2005 en su obra “El mono que llevamos dentro”. Afirmaba que “en la vida colectiva (...) no es difícil reconocer tanto el espíritu competitivo del capitalismo como un bien desarrollado espíritu comunitario” (De Waal, 2005: 244) y nos planteaba la siguiente cuestión “si la gente es tan egoísta como se supone, ¿cómo es que se forman las sociedades?” (De Waal, 2005: 229). Este investigador nos compara con primates para explicar precisamente lo que Smith formulaba en su Teoría de los Sentimientos Morales. En sus escritos llega a la conclusión de que “la visión que nos retrata como egoístas y mezquinos, con una moralidad ilusoria, debe revisarse. Si somos esencialmente antropoides (...) o al menos descendientes de antropoides (...) entonces nacemos con una gama de tendencias desde las más básicas a las más nobles. Lejos de ser un producto de la imaginación, nuestra moralidad es el resultado del mismo proceso de selección que conformó nuestro lado competitivo y agresivo” (De Waal, 2005: 250). E incluso hace referencia al sistema capitalista afirmando que “el capitalismo inmoderado quizás sea insostenible en su celebración del bienestar material de unos pocos en detrimento del resto. Niega la solidaridad básica que hace soportable la vida. También va en contra una larga historia evolutiva de igualitarismo, que a su vez tiene que ver con nuestra naturaleza cooperativa” (De Waal, 2005: 250).

Pero además de hacer hincapié en el egoísmo y la compasión, Adam Smith va más allá y centra su atención en el concepto de empatía. Sobre este particular dispone que “como carecemos de la experiencia inmediata de lo que sienten otras personas no podemos hacernos ninguna idea de la manera en la que se ven afectadas, salvo que pensemos cómo nos sentiríamos nosotros en su misma situación. (...) Nuestra imaginación nos permite situarnos en su posición” (Smith, 1759: 50)

Y es que la empatía nos permite ponernos en el lugar de otros, y actuar de manera más responsable con la sociedad; para Smith “la simpatía aparecerá por la simple contemplación de una emoción determinada en otra persona” (Smith, 1759: 52). Y de nuevo en este punto, el primatólogo citado ofrece una visión armónica con lo expresado, al sostener que “La empatía es el arma que puede liberarnos de la maldición xenófoba” (De Waal, 2005: 247). Sin embargo, para él “la empatía es frágil” (De Waal, 2005), y vuelve a retratarnos como seres bipolares, donde, por un lado tendemos a mantener relaciones tan sólo con personas de nuestro entorno, y por otro, también establecemos vínculos con foráneos, y declara que el ser humano “es capaz de una destrucción increíble, tanto de su medio ambiente como de su propia estirpe, pero al mismo tiempo posee pozos de empatía y amor más profundos que los de cualquier especie” (De Waal, 2007: 250). A pesar de ello, reflexiona sobre sus primeras palabras y subraya la importancia de la empatía manifestando que “Si pudiéramos conseguir ver a la gente de otros continentes como parte de nosotros e integrarla en nuestro círculo de reciprocidad y empatía, estaríamos construyendo sobre nuestra naturaleza y no yendo contra ella” (De Waal, 2007: 247).

Pero no sólo es De Waal quien coincide con Smith en conceder valor a la empatía. También Shoshana Zuboff (2009) catedrática retirada de la escuela de negocios de la Universidad de Harvard, señalaba que la falta de empatía en los mercados, es lo que ha

allanado el camino hacia las crisis económicas o a lo que ella define como “Los crímenes económicos de Wall Street contra la Humanidad”. Zuboff (2009) habla de la paradoja que supone el comportamiento de las instituciones financieras, en las que se normaliza la recompensa por las transacciones realizadas y sin embargo, no se exige la responsabilidad por las externalidades generadas. En este sentido manifiesta que nos encontramos en “un modelo de negocio centrado en sí mismo que celebra lo que es bueno para los integrantes de este, mientras que deshumaniza y se distancia del resto” (Zuboff, 2009). En relación a la empatía, afirma que “al igual que en la guerra, la distancia emocional hace que sea más fácil actuar según los propios intereses, sin los sentimientos habituales de empatía que nos alertan sobre el dolor de los demás y que nos define como humanos. El modelo de negocio narcisista (...) permite a las personas a pasar por alto las consecuencias tóxicas de sus decisiones. Esto allanó el camino para una masacre económica administrativa de escala completa” (Zuboff, 2009). Por lo tanto, es fácil llegar a la conclusión de que el principal inconveniente del funcionamiento de los mercados, es que sus actuaciones van en contra de la naturaleza humana, que como hemos manifestado anteriormente, no se centra sólo en nuestro lado egoísta, sino también en el compasivo y empático.

2.2. PERSPECTIVAS SOBRE LA COMPETENCIA

En otro orden de cosas, conviene poner en relación los postulados ahora mantenidos respecto del individuo y su relación con el resto de seres humanos, y con la economía, a través una idea que le es inherente: la competencia. A esta pieza angular del sistema, se refirió Adam Smith concibiéndola sólo dentro de un marco de reglas. Para ilustrarlo se valió de la siguiente metáfora “en la carrera hacia la riqueza, los hombres y las promociones [el hombre] podrá correr con todas sus fuerzas, tensando cada nervio y cada músculo para dejar atrás a todos sus rivales. Pero si empuja o derriba a alguno, la indulgencia de los espectadores se esfuma. Se trata de una violación del juego limpio, que no podrán aceptar” (Smith, 1759: 182), siguiendo la misma línea afirma que “no puede haber un motivo correcto para dañar a nuestro prójimo, no puede haber una incitación a hacer el mal a otro que los seres humanos puedan asumir, excepto la justa indignación por el daño que otro nos ha hecho. El perturbar su felicidad solo porque obstruye el camino hacia la nuestra, el quitarle lo que es realmente útil para él meramente porque puede ser tanto o más útil para nosotros (...) es algo que ningún espectador imparcial podrá admitir” (Smith, 1759: 180). Smith hace de nuevo mención a la naturaleza humana, refiriéndose al rechazo del hombre hacia aquellos cuyos actos son contrarios a las leyes y a la justicia, y vuelve a contemplarse la visión sesgada que se adjudica al autor, ya que de nuevo alude a la limitación de la búsqueda de los propios intereses, a favor del bienestar de la sociedad en general.

Sus razonamientos con respecto a la competencia, lejos de quedarse limitados a unas líneas, también se ven reflejados en la visión que tenía el autor de la clase social a la que él denominaba “comerciantes”, y es que para Smith, “Su superioridad sobre la clase terrateniente no reposa tanto en el conocimiento que pueda tener de los intereses públicos como de los suyos propios. (...) Los intereses de quienes trafican en ciertos ramos del comercio o de las manufacturas, en algunos aspectos, no solo son diferentes, sino por completo opuestos al bien común. El interés del comerciante, consiste siempre en ampliar mercado y restringir la competencia (...) La limitación de la competencia redundará siempre en su perjuicio, y sólo sirve para que los comerciantes, al elevar sus beneficios por encima del nivel natural, impongan, en beneficio propio, una contribución absurda sobre el resto de los ciudadanos” (Smith, 1776: 343). En este punto, al contrario de la creencia popular que se tiene sobre él, Adam Smith, critica la

idea de competencia aplicada por los comerciantes, calificando de absurdez su carrera hacia el alcance de los máximos beneficios, e incluso, alude a la desconfianza que genera una clase social con dichas características: “Toda proposición de una ley nueva o de un reglamento de comercio, que proceda de esta clase de personas, deberá analizarse siempre con la mayor desconfianza, y nunca deberá adoptarse como no sea después de un largo y minucioso examen, llevado a cabo con la atención más escrupulosa a la par que desconfiada. Ese orden de proposiciones proviene de una clase de gentes cuyos intereses no suelen coincidir exactamente con los de la comunidad” (Smith, 1776: 344). Además poniendo en relación ambas citas, la actuación de esta clase social, sería contraria a los valores sociales de justicia que se les atribuye a la sociedad y los cuales Smith consideraba esenciales para desarrollar una competencia justa.

Es conveniente hacer un paréntesis en la cuestión a la cual nos hemos referido anteriormente como “pieza angular del sistema”, y de la que ya en el siglo XVIII hablaba Adam Smith. La necesidad de hacer hincapié en ella radica en que hoy en día, más de doscientos años después, no sólo no ha dejado de cobrar importancia en la estructura de economía de mercado, sino que además, se trata de uno de los principales temas de estudio en el campo empresarial.

El mantenimiento de una ventaja competitiva sostenida es lo que, para muchos, permite que las compañías prosperen, y con ella, la economía y la sociedad. Sin embargo, aunque los paradigmas que Smith había forjado sobre la competencia pueden aplicarse en muchos aspectos, se consideran por algunos como limitada, al centrarse sólo en los países y en el conjunto de los mercados.

En este sentido, algunos expertos expresan precisamente que la competitividad no es una propiedad de los mercados, sino más bien de las empresas. La categoría que adquiere en nuestros días la empresa la reflejaba Bromley (1992) afirmando que “la empresa es una entidad organizativa refrendada por la sociedad, y con la autoridad para tomar decisiones de asignación y redistribución del modo que quiera y por sus propios motivos (...) La justificación social de la empresa tiene como base la eficiencia con que se pueden organizar y coordinar los complejos procesos de producción” (Bromley, 1992: 126). Estas organizaciones variarán de unas a otras y se distinguirán por sus habilidades competitivas. El desarrollo y fomento de dichas habilidades hará que su ventaja sea sostenible a largo plazo. No obstante, y tomando como base los planteamientos de García, Yanes y Oreja (2008), se trata de prestar atención a los posibles desafíos y cambios en el entorno al contrario de los ideales arraigados en el sistema, consistentes en descubrir una “fórmula” que permita adquirir una posición ventajosa en el sector el que desarrolla sus actividades. Es decir, las empresas con éxito se verán amenazados por competidores potenciales, y por lo tanto, se acabarán enlazando en un ciclo competitivo que les obligará a mejorar (Efecto Reina Roja). Este mecanismo, en el que las organizaciones están constantemente en exposición a la competencia, hace que sean más viables, pues este estado de continuo cambio les permite progresar y adaptarse no sólo al mercado, sino también a las necesidades de los hogares. Esta visión, perdería el sentido si una gran empresa consiguiese una posición aventajada con respecto al resto de competidores, ya que a largo plazo no se adaptaría al progreso de la sociedad, perdiendo habilidades competitivas. Por lo que su abuso, no repercutiría solo en sí mismo, sino en todos los integrantes del mercado.

Además del citado “Efecto Reina Roja”, es también necesario hacer hincapié en los planteamientos de Porter, que le da a la competitividad una perspectiva que podría aplicarse también a la visión que Adam Smith tenía sobre la justicia.

Es bien conocida la estrategia competitiva de muchas empresas basada en la distribución de los recursos, optando principalmente por la descentralización y beneficiándose pues, de mano de obra abundante y a muy bajos costes. Porter (1991) afirmaba que el éxito de la competitividad a largo plazo no se centraría tan sólo en la citada distribución de recursos, en la que los propietarios de estos se verían beneficiados de un poder superior en la sociedad; sino que, sin embargo, se trataría de una combinación de capacidad directiva (desechando la idea de que la reducción de costes contratando trabajadores con sueldos muy bajos, mejorará la trayectoria competitiva a largo plazo) e innovación (que encauzará a la economía hacia el progreso no sólo a nivel tecnológico sino también en el marco de los sistemas de gestión).

Las dos citadas visiones de competitividad a nivel empresarial, nos devuelve a las líneas que Adam Smith escribió sobre esta temática. Sí es cierto que, en un principio, fueron consideradas limitadas, sin embargo, las perspectivas actuales hacen que tengamos presente la idea de la competencia dentro de un sistema de reglas de la que Smith hablaba, y esto, parece tener un sentido lógico en todos los ámbitos de estudio.

Por consiguiente, con esta reflexión no se trata de calificar a la competencia como una herramienta que impulsaría el bienestar individual de unos pocos, ni cómo el único mecanismo que permitirá funcionar a la economía de forma que se consiguiese el bien común. Se trata de ofrecer una visión de competitividad no basada en el egoísmo de unos pocos, evitando situaciones de injusticia en el mercado; es decir, contemplándola como un método de mejora y progreso para la sociedad, no como una forma de abuso por parte de las grandes organizaciones. Una visión que como bien hemos nombrado, ya tenía Adam Smith en el siglo XVIII.

3. LA JUSTICIA COMO BASE FUNDAMENTAL DEL EDIFICIO ECONÓMICO: IMPLICACIONES DEL COMERCIO JUSTO

3.1. JUSTICIA Y BENEFICENCIA

Ya en sus postulados sobre la competencia, se dejaba entrever el grado de importancia que Adam Smith situaba al ideal de justicia, entendido no desde el punto de vista de jurídico, sino contextualizada en la economía y en la sociedad en general, en dónde las prácticas fuesen justas y tuviesen como objetivo el bien común. Y es que, para Smith, y volviendo a contradecir la idea preconcebida que se tiene de él, “cuando la ayuda necesaria es mutuamente proporcionada por el amor, la gratitud, la amistad y la estima, la sociedad florece y es feliz” (Smith, 1759: 185).

El autor así mismo, no limita su estudio a este término, y entiende relevante hacer una distinción entre beneficencia y justicia. La importancia de insistir en la discrepancia de estos dos ideales, radica en que son términos, que incluso en la actualidad, son susceptibles de ser confundidos y, por lo tanto, es necesario diferenciarlos y resaltar la supremacía de la justicia con el fin de alcanzar un beneficio social general.

Por consiguiente, expone que la beneficencia en un acto voluntario y altruista, del que no se debe esperar sino una posible gratitud, es decir, ésta “siempre es libre, no puede ser arrancada por la fuerza, y su mera ausencia no expone a castigo alguno, porque la simple falta de beneficencia no tiende a concretarse en ningún mal efectivo real” (Smith, 1759: 173)

Adam Smith pretende poner de manifiesto el carácter prescindible de la beneficencia en contraposición a la justicia, que la define como una “virtud, cuya observancia no es abandonada a la libertad de nuestras voluntades sino que puede ser exigida por la fuerza, y cuya violación expone al rencor y por consiguiente al castigo. Esta virtud es la justicia. La violación de la justicia es un mal.” (Smith, 1759: 175). El autor considera además que “la sociedad nunca puede subsistir entre quienes están constantemente prestos a herir y dañar a otros. (...) La beneficencia por lo tanto, es menos esencial para la existencia de la sociedad que la justicia. La sociedad puede mantenerse sin beneficencia, aunque no en la situación más confortable; pero si prevalece la injusticia su destrucción será completa” (Smith, 1759: 186). Y refleja este hecho con una metáfora en la que equipara la economía con un edificio, sosteniendo que, la beneficencia “es el adorno que embellece el edificio, no la base que lo sostiene, y por ello bastaba con recomendarlo y no era en absoluto indispensable imponerlo. La justicia, en cambio, es el pilar fundamental en el que se apoya todo el edificio. Si desaparece entonces el inmenso tejido de la sociedad humana (...) en un momento será pulverizada en átomos” (Smith, 1759: 186).

Esta distinción entre caridad y justicia que Smith hace en el siglo XVIII, presenta un carácter muy relevante en nuestros días, en el que la benevolencia es utilizada como una herramienta con el fin de ocultar las injusticias derivadas de las externalidades de ciertas actividades encuadradas dentro del mercado, así como para ocultar los actos perjudiciales para la sociedad que llevan a cabo determinadas empresas.

Así pues, muchas de ellas se refugian en la beneficencia de la que Smith hablaba, por medio de pequeños actos de caridad y respeto por el medio ambiente con el fin único de generar una buena impresión que favorezca a su imagen corporativa y atraiga a aquel segmento de consumidores más conscientes y críticos con las injusticias derivadas del sistema. De esta forma se legitiman ante la sociedad como unos abanderados de la solidaridad, mientras que irónicamente, son precisamente sus actividades las responsables de las injusticias sociales que se supone que intentan erradicar.

3.2. COMERCIO INTERNACIONAL

Lo comentado anteriormente, alcanza su mayor dimensión en el comercio internacional, que aunque debería tratarse del mecanismo más eficaz para mejorar los resultados de desigualdad mundial o pobreza, presenta inconvenientes y barreras para los países menos desarrollados, impidiendo sus posibilidades de progreso; y favoreciendo a otros, garantizando el bienestar conseguido a través del abuso de los primeros. Por consiguiente, el acceso a los mercados globales no generará en sí mismo una reducción de la pobreza y disminución de inequidades, incluso, se puede destacar cómo el aumento de las relaciones internacionales en muchos casos ha generado un aumento de las desigualdades entre países, puesto que ese aumento se consigue a costa de empobrecer a los trabajadores o de deteriorar el medio ambiente.

Según Joseph E. Stiglitz (2006), los países en vías de desarrollo presentan una serie de desventajas entre las que se pueden incluir un coste elevado de capital, infraestructuras pobres, niveles de cualificación más bajos y una baja productividad generalizada. Otro de los problemas que destaca el autor es su dificultad de competir con los países industriales avanzadas.

El comercio internacional se puede considerar el “heredero directo de la división internacional de la producción que se decidió en la época del colonialismo: los países ex coloniales (el Sur) participan en el sistema con productos básicos, materias primas y

manufacturas de ensamblaje o poco tecnificadas, orientadas a los mercados de las ex metrópolis (el Norte), y éstas últimas participan con algunos productos agrícolas transformados, bienes y mercancías altamente tecnificados, productos finales y servicios comerciales” (Dogliotti y Montagut, 2006: 17). Esto genera que los países del Sur suelen tener un nivel económico inferior actuando como subordinadas y dependientes de los países del Norte. Esta relación de sumisión es palpable en las cifras que nos aporta la Organización Mundial del Comercio (OMC) con respecto al volumen de importaciones y exportaciones que presentan los diferentes países, según región y tipo de producto:

Tabla 3.1.

Exportaciones mundiales de mercancías por grandes grupos de productos, y por regiones, 2012

(Miles de millones de dólares y porcentajes)

	Productos agrícolas	Combustibles y productos de las industrias extractivas		Manufacturas						
		Total	Combustibles	Total	Hierro y acero	Productos químicos	Equipo para oficina y de telecomunicaciones	Productos de la industria del automóvil	Textiles	Prendas de vestir
Mundo	1657	4139	3375	11490	486	1957	1674	1295	286	423
Parte en las exportaciones totales	9,2	23,1	18,8	64,1	2,7	10,9	9,3	7,2	1,6	2,4
América del Norte	258	402	305	1582	33	259	214	270	18	11
Parte en las exportaciones totales	10,9	17,0	12,9	66,7	1,4	10,9	9,0	11,4	0,7	0,5
América del Sur y Central	205	320	199	199	19	50	6	25	4	16
Parte en las exportaciones totales	27,4	42,6	26,5	26,6	2,6	6,7	0,8	3,4	0,6	2,1
Europa	657	840	624	4734	197	1040	357	634	82	127
Parte en las exportaciones totales	10,3	13,2	9,8	74,1	3,1	16,3	5,6	9,9	1,3	2,0
Comunidad de Estados Independientes (CEI)	66	530	479	187	53	51	4	5	4	3
Parte en las exportaciones totales	8,2	65,8	59,5	23,2	6,6	6,3	0,5	0,7	0,5	0,4
África	57	438	384	103	9	21	3	9	3	10
Parte en las exportaciones totales	9,1	69,5	60,9	16,4	1,4	3,4	0,5	1,5	0,5	1,6
Oriente Medio	30	915	893	265	7	87	15	13	7	10
Parte en las exportaciones totales	2,2	67,8	66,1	19,7	0,5	6,4	1,1	1,0	0,5	0,8
Asia	384	694	492	4419	167	449	1074	339	168	246
Parte en las exportaciones totales	6,8	12,3	8,7	78,3	3,0	8,0	19,0	6,0	3,0	4,4

Fuente: WRO.org. Estadísticas del comercio internacional 2012

Así pues, estas cifras reflejan precisamente lo que antes veníamos diciendo: son las antiguas potencias coloniales (África y América del Sur), junto con las grandes potencias mundiales, las que presentan un mayor papel en el comercio internacional. Por otra parte, Asia se sitúa como la mayor exportadora de manufacturas. En este caso podemos señalar a China como uno de los responsables de estas cifras². La participación de China en el comercio internacional, según Fabrizio Dogliotti y Xavier Montagui (2006) se puede interpretar como un debilitamiento de las relaciones de subordinación. No obstante, las deslocalizaciones de las multinacionales en este país (de las que hablaremos más adelante) y que suponen un gran coste social, ha dado lugar a una nueva forma de dependencia hacia las grandes potencias. Además, Joseph E. Stiglitz (2006), contempla que China también se enfrenta a problema de crecimiento

² Según la OMC, China se sitúa como la primera exportadora de mercancías a nivel mundial.

desigual en el que sus agricultores sufren porque las subvenciones estadounidenses y europeas reducen sus precios, con lo que les hace plantearse un dilema: “podrían invertir sus recursos escasos en ofrecer subvenciones a agricultores para compensar la generosidad de las que otorga el mundo desarrollado a los suyos, pero esto significaría invertir menos en desarrollo, y por lo tanto, un crecimiento más bajo para el país en su conjunto” (Stiglitz, 2006: 109)

3.2.1 El poder de las multinacionales en el comercio internacional

Las multinacionales, tienen una indudable influencia en el panorama mundial, controlando la mayor parte del comercio internacional (algunas presentan unos niveles de riqueza mayor que muchos países³). Sin embargo, su papel en el bienestar de la sociedad es cuanto menos, cuestionable. En relación a esto, Joseph E. Stiglitz, catedrático de economía en la Universidad de Columbia y ganador del premio Nobel de Economía en 2001, explica que “las empresas quieren beneficios, lo cual significa que generar ingresos constituye su mayor prioridad. Sobreviven rebajando los impuestos siempre que es posible; algunas son muy cicateras con la seguridad social de sus trabajadores; muchas tratan de recortar gastos en la limpieza de la contaminación que generan” (Stiglitz, 2006: 242). De esta forma, el autor acusa a la búsqueda de los intereses propios y la persecución hacia los más altos beneficios por parte de las empresas, como causantes de desigualdades económicas en la sociedad y consecuencias negativas para el medioambiente. Precisamente, este tipo de comportamiento nos recuerda a los principios de la economía de mercado de los que se habla en el primer punto de este trabajo, dónde presentaban el egoísmo como un pilar de la sociedad capitalista.

No obstante, es necesario abrir un paréntesis sobre las aportaciones de las multinacionales a la humanidad, y tener constancia de que muchas de sus actuaciones se basan en los deseos de consumidores, educados bajo la perspectiva consumista del sistema capitalista. Así pues, Stiglitz señala alguna de las ventajas de las multinacionales afirmando que: “las corporaciones han contribuido a trasladar los beneficios de la globalización a los países en vías de desarrollo y han ayudado a elevar el nivel de vida en gran parte del mundo (...) han creado empleo y contribuido al crecimiento económico de los países en vías de desarrollo y llevado a las naciones ricas productos de alta calidad y baratos, lo cual ha redundado en un descenso del coste de vida y por tanto contribuye a una época de poca inflación y de tipos de interés muy bajos”(Stiglitz, 2006: 242)

Es conveniente reflejar que las multinacionales se han creado bajo los parámetros de una economía de mercado basada en el egoísmo, y que sus actos, aunque en muchas ocasiones supongan un perjuicio para el conjunto de ciudadanía, muchas veces están respaldados por políticas que se supone que deberían estar al servicio de las personas (no de los grandes poderes económicos). Sí es cierto que las empresas generan un aumento de la calidad de vida en muchos países, y que muchos de sus desempeños se basan en la demanda de los consumidores. Sin embargo, la respuesta a dichas demandas se fundamenta en la maximización de sus propios beneficios y en la reducción de costes, ignorando las posibles externalidades negativas que pudieran causar.

³ “En 2004, General Motors facturó 191.400 millones de dólares, cifra mayor que el PIB de más de 148 países. En 2005, los grandes almacenes Wal-Mart tuvieron unos ingresos de 285.200 millones de dólares, más que el PIB combinado de todos los países del África subsahariana”(Stiglitz, 2006: 242)

Las palabras de este economista nos retornan a los planteamientos de Adam Smith en *La Riqueza de las Naciones*. Smith afirmaba que “el capital que emplean [los empresarios], con la mira puesta en el logro de un beneficio, pone en movimiento la mayor parte del trabajo útil de cualquier sociedad. (...) Ahora bien, la tasa del beneficio no sube, cual acontece con la renta y los salarios, a medida que aumenta la prosperidad, ni desciende cuando la sociedad decae. Por el contrario, es naturalmente baja en los países ricos y altas en las naciones pobres, elevándose a los niveles más altos en aquellos pueblos que caminan desbocados a la ruina. Por consiguiente, el interés de esta tercera clase no se halla tan íntimamente relacionado, como el de las otras dos, con el general de la sociedad (...) Debido a su riqueza, son objeto de la mayor consideración por parte de los poderes públicos” (Smith, 1776: 241)

Esta reflexión planteada en el Siglo XVIII manifiesta de nuevo la malinterpretación de las palabras que los economistas atribuyen a Adam Smith sobre el egoísmo como único medio para conseguir el bien común. Así pues, nos señala las limitaciones que supone este tipo de actuaciones y declara rotundamente que los beneficios perseguidos por las empresas no están directamente proporcionados a los de la sociedad. Estas palabras son coincidentes con las del premio Nobel de economía que plantea que “la economía moderna ha demostrado que el bienestar social no puede maximizarse cuando las corporaciones maximizan sus beneficios por su cuenta. Para que la economía alcance su alto grado de eficiencia, las corporaciones deben tener en cuenta el efecto de sus acciones en sus empleados o en el entorno o en las comunidades en las que operan” (Stiglitz, 2006: 245). El economista además ejemplariza cómo en ocasiones los beneficios de las empresas se oponen a los de la humanidad mediante una referencia a los problemas medioambientales generados por las prácticas destructivas de grandes empresas: “Cuesta más dinero refinar petróleo o generar la electricidad por métodos que no contaminen la atmósfera. Cuesta más dinero deshacerse de los residuos o excavar minas sin contaminar el agua” (Stiglitz, 2006: 245). Con esto quiere decir que las corporaciones sacrificarán el medio ambiente con tal de ahorrar en costes monetarios. La búsqueda de las más altas ganancias, que muchos economistas basan en los planteamientos de Adam Smith, y que generan este tipo de externalidades negativas, curiosamente parece ser antagónicas con respecto a los ideales de justicia que este autor planteaba en *La Riqueza de las Naciones*, y de los que hablábamos en el apartado anterior.

Este tipo de corporaciones, suelen llevar a cabo una descentralización de su producción con el fin de ahorrar costes. Así, a través de la siguiente tabla podemos obtener una visión más esclarecedora sobre esta situación, mediante la visión del gran volumen de ingresos que generan tan sólo los suministros de mercancías y servicios por filiales estadounidenses situadas en el extranjero, cuya actividad se traduce en unos casi 5000 millones de dólares en 2010.

Tabla 3.2.

**Suministros de mercancías y servicios por filiales estadounidenses establecidas en el extranjero,
2010**

(Miles de millones de dólares y porcentajes)

	Valor	Participación en los suministros totales de filiales extranjeras
Total de los suministros a empresas afiliadas	1481,0	29,9
A empresas matrices	379,0	7,7
A otras empresas afiliadas locales a	303,0	6,1
A otras empresas afiliadas no locales b	799,0	16,1
Total de los suministros a empresas no afiliadas	3470,0	70,1
A empresas no afiliadas en los Estados Unidos	96,0	1,9
A empresas no afiliadas locales a	2703,0	54,6
A empresas no afiliadas no locales b	671,0	13,6
Total de los suministros a empresas afiliadas y no afiliadas	4951,0	100,0

a Empresas situadas en la misma economía que la filial informante.

b Empresas situadas en otras economías.

Fuente: WRO.org. Estadísticas del comercio internacional 2012

Los efectos de las acciones empresariales en los empleados, a los que se refirió Stiglitz, tienen su máximo esplendor en las condiciones de los trabajadores en filiales de multinacionales situadas en países en vía de desarrollo. La elección de las grandes corporaciones de descentralizar su producción en estos países radica en su inestabilidad económica y política, que les permite establecer condiciones laborales prácticamente esclavas traducidas en largas jornadas, condiciones de trabajo adversas y salarios bajos. En los últimos años, han salido a la luz muchos escándalos de explotaciones a grandes masas de obreros, por parte de empresas occidentales que suponen una referencia en todo el mundo. Los casos de explotación infantil por parte de Nike en 1996, o los últimos incendios en fábricas textiles en Bangladesh, son tan sólo unos ejemplos de dichas acciones empresariales. Grandes empresas, que son una referencia para las escuelas de negocio y que cuyas estrategias son consideradas un ejemplo a seguir para muchas otras corporaciones, son precisamente las más propensas a llevar a cabo este tipo de prácticas.

Sin embargo, algunos de los países que se han visto más afectados ante esta situación, han intentado crear herramientas que ayuden a erradicar las injusticias generadas por las multinacionales. Un artículo publicado por Maria Cappa (2014, 22 de junio) revela que más de ochenta países reclamaron en la 26ª sesión del Consejo de Derechos Humanos de la ONU, medidas que penalizasen los abusos de este tipo de corporaciones y que les permitiera “recibir protección, justicia y reparación” (Cappa, 2014). Esta propuesta, impulsada por Ecuador, pretende crear un tratado que obligue a las multinacionales a respetar los derechos medioambientales y de los ciudadanos, al igual que a seguir las leyes de los países en los que decidiesen asentarse. No obstante, la

implantación de este tipo de medidas, que al final, acabarían perjudicando a las multinacionales, se hace más complicada teniendo en cuenta que el papel de los gobiernos de los ochenta países no es homogéneo. Cappa (2014) señala que algunos de ellos tienen pactos económicos con las empresas que precisamente llevan a cabo dichos actos perjudiciales para la sociedad, otorgándoles una prioridad mayor a ellos que a los Derechos Humanos. No obstante, otro tipo de países han instaurado en sus gobiernos normativas con la intención de penalizar los malos hábitos empresariales. Con lo que parece necesaria una homogeneización para una mayor efectividad de dicha propuesta.

Cappa (2014), por otro lado, expone que estas peticiones están derivadas de otros movimientos que surgieron con anterioridad. Así pues, el Tribunal Permanente de Pueblos actuó durante el periodo comprendido entre 2006 y 2010 con el fin de hacer visibles las violaciones que realizan las multinacionales en muchos países, y “que abarcan todos los ámbitos de los DDHH” (Cappa 2014). No obstante, tan sólo ha servido para reflejar la impunidad con la que funcionan dichas corporaciones. La ONU actualmente cuenta con dos mecanismos (Global Compact y Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos) que “actúan más como recomendaciones que como herramientas coercitivas de obligado cumplimiento” (Cappa 2014). Es por ello, por lo que muchas empresas continúan funcionando de forma irresponsable con la sociedad sin perder su poder, ni su posición de referencia para el resto de corporaciones (como es el caso de Inditex y Apple, de las que hablaremos en el siguiente punto).

Por lo tanto, un mecanismo como el que propuso Ecuador con el apoyo de ochenta países, es esencial para erradicar dicha impunidad de la que gozan muchas multinacionales, con lo que su aprobación por parte de la ONU ha sido considerada como una victoria para estos países. Alejandro López de Miguel (2014, 29 de junio) nos expone que la ONU se comprometió el 26 de junio de 2014 a crear un grupo de trabajo con el fin de crear un marco legal, que comprometa a los estados a supervisar el cumplimiento de los DDHH y que tendrá como fin garantizar el trabajo digno para la globalidad de la sociedad. Además afirma que, a partir de 2015 habrá un plazo de dos años para instaurarlo en los países que lo deseen. Esta resolución, se podría equiparar a los planteamientos de justicia y a los de “competencia dentro de un marco de reglas” que exponía Adam Smith en el S.XVIII.

Sin embargo, los 14 votos en contra de esta propuesta, demuestran cómo algunos países priorizan a las grandes corporaciones en detrimento de los trabajadores y los derechos humanos. Son precisamente los países del Norte (de los que se hablaba en el punto anterior), y entre los que destacan la UE y Estados Unidos, los que se niegan a ratificar esta resolución, demostrando así su desprecio hacia las leyes a favor de los DDHH. Por otra parte, los votantes a favor son en gran medida países del Sur, los cuales se tratan de los más afectados por los abusos de las multinacionales, haciendo de esta forma más evidente las relaciones de subordinación que permanecen existiendo hoy en día en el comercio internacional.

Esta resolución de la ONU ha asentado las bases para la instauración de la justicia y la protección de los trabajadores a nivel mundial. No obstante, es necesario que este aparente cambio de mentalidad se extienda a las grandes potencias mundiales y que ratifiquen este tipo de movimientos, para que, de una vez por todas, los mayores poderes políticos se posicionen a favor de la globalidad de la ciudadanía, en vez de proporcionar su apoyo a multinacionales, cuyos beneficios se basan en el abuso a enormes masas de trabajadores.

3.2.1.1. Apple

Apple se trata de una multinacional dedicada al diseño y a la producción de equipos electrónicos y software. Es una de las empresas más exitosas a nivel mundial y su fundador, Steve Jobs, ha sido una referencia de estudio en universidades y empresas. La capacidad de liderazgo y la innovación son uno de los aspectos resaltables en esta compañía. Así pues, según el ranking “*The Most Innovative Companies 2012: The State of the Art in Leading Industries*” llevado a cabo por Boston Consulting Group (BCG) del año 2012 (en el que desvela a las cincuenta corporaciones más innovadoras), sitúan a Apple a la cabeza, seguida de otras empresas como Google y Samsung, siendo resaltable que Apple lleva ocupando este puesto desde el año 2005. Esto es, sin duda, una de las razones de mayor peso de su éxito mundial. Así pues, en el cuarto trimestre de 2013, según un informe divulgado por la web corporativa de esta compañía, aumentaron sus ventas en un 26%. Tuvo una ganancia trimestral de \$37.500 millones y una ganancia trimestral neta de \$7.500 millones, con un margen de ganancia bruto del 37%. Y es que la lealtad de los consumidores a esta marca es resaltable; según la firma Brand Keys 2014 en su informe “*Customer Loyalty Engagement Index*”, dedicado a la medición de comportamiento de clientes, en 2014, Apple se sitúa en el primer puesto de fidelización de sus consumidores tanto en smartphones, como tablets y ordenadores. Dicha lealtad se traduce en 33,8 millones de iPhones vendidos en el cuarto trimestre del 2013, así como 14,1 millones de Ipad y 4,9 millones de Macs.

Tras analizar estos datos, puede resultar lógico que su modelo de negocio se trate de una referencia para tantas empresas. Sin embargo este éxito de la marca, está envuelto en numerosos escándalos de explotación a trabajadores, que ha hecho que se desprestigie su imagen entre algunos grupos de personas. Esta compañía, aunque específica en todos sus productos que sus diseños se han llevado a cabo en California, su ensamblaje se lleva a cabo en China, muchos de ellos en Shenzhen, una zona conocida por su concentración de empresas manufactureras tecnológicas, y en donde la calidad de las condiciones laborales son cuestionables. Así pues, un artículo de Laila Reventós (2010), publicado por El País, revela cómo en ese mismo año, la empresa Foxconn, proveedora de Apple, un grupo industrial con sede en Taiwán que se dedica al ensamblaje de todo tipo de productos electrónicos, protagonizó una oleada de suicidios por parte de sus trabajadores. Las muertes fueron atribuidas a la presión insoportable y las condiciones laborales que sufren los empleados para cumplir con los objetivos de producción que les marcan las multinacionales. Este escándalo, dio lugar a una serie de críticas y concentraciones en la población de Shenzhen, que obligaron a las grandes multinacionales a prometer medidas para mejorar la situación, y al dueño de Foxconn a comparecer delante de sus obreros con la intención de aminorar las actitudes críticas de la sociedad. Sin embargo, este posicionamiento y mejora de la condiciones en esta empresa productora de Apple, no ha supuesto la erradicación de las malas prácticas empresariales, aunque sí es cierto, que gracias a dichas críticas, se ha emprendido una lucha para la supresión (o al menos minoración) de esta situación.

Así pues, según un artículo de la agencia EFE publicado por el diario El País en 2010, Foxconn, después de la oleada de suicidios, decidió subir el salario en un 66% a los empleados de los puestos de las líneas de ensamblaje. Apple por su parte, ha llevado a cabo inspecciones anuales e informes para comprobar la situación de los empleados en las compañías manufactureras situadas en el país asiático. Esta compañía ha realizado informes periódicos para implantar acciones correctivas sobre la responsabilidad con respecto al medio ambiente, la calidad de los ambientes de trabajo, y el trato a los obreros. Además, en 2012 anunció, según un artículo de El País del 13 de febrero de ese

mismo año, que la empresa “Fair Labor Association” (FLA) realizaría auditorías de sus proveedores, entre los que se encuentra Foxconn, y Chengdu, con la intención de conocer la situación real de los obreros en dichas fábricas.

Sin embargo, los malos hábitos de las proveedoras no se limitan a los suicidios de la fábrica de Foxconn. Según un artículo de El País, publicado en febrero de 2011, en el informe realizado por Apple en ese año, se detectaron casos de trabajo infantil en algunas de sus empresas proveedoras. En 2012, la empresa seguía obteniendo opiniones desfavorables por las situaciones laborales a las que tenían que someterse los trabajadores chinos en sus fábricas. Una noticia de El País, del 29 de junio del año 2012, revela cómo una investigación llevada a cabo por un grupo defensor de los derechos laborales “China Labour Watch” consiguió demostrar que los empleados trabajan hasta 180 horas más al mes, en aquellos periodos de mayores demandas, superando el límite de 36 horas.

Figura 3.1. Pros y Contras de Apple



Fuente: elaboración propia basada en el punto 3.2.1.1

3.2.1.2. Inditex

Inditex se trata de uno de los mayores grupos de distribución de moda del mundo. Según su web corporativa, esta empresa cuenta con más de 6.000 tiendas en 88 mercados, con ocho formatos comerciales diferentes. Es considerada una referencia para las empresas textiles globalmente, y su modelo de negocio basado en la satisfacción de los clientes y las condiciones de la demanda, supone un caso de estudio para muchas escuelas de negocio a nivel mundial. Además, según un informe proporcionado por la propia compañía, y publicado en su web corporativa, desde el 1 de febrero de 2013 a enero de 2014, obtuvo unas ventas valoradas en 16.724 millones de €. Este éxito empresarial no sólo ha conducido a Inditex a convertirse en una de las empresas más importantes, sino que ha llevado a su fundador, Amancio Ortega⁴, a poseer una de las mayores riquezas del mundo. Cuenta con 28.313 empleados de 130 nacionalidades y 45 idiomas diferentes. Sin embargo, las condiciones de ellos no son iguales en todos los países. En los últimos años, este indudable éxito, ha estado envuelto en una serie de escándalos, que al igual que sucedía con Apple, han estado relacionados con las malas condiciones laborales de los trabajadores.

Así pues, en 2011, la empresa fue investigada debido a las condiciones de trabajo de los talleres situados en Brasil. Un artículo publicado en La Vanguardia por la agencia EFE,

⁴ Amancio Ortega, se considera según la revista Forbes, cómo el tercer hombre más rico del mundo, con una fortuna valorada en 65.600 millones de dólares.

nos relataba cómo, tras una operación de fiscalización se descubrieron tres talleres en los que se empleaba mano de obra esclava en su cadena de producción, en los que las jornadas de trabajo eran extenuantes, existían pagos de salarios irregulares, y las malas condiciones en las fábricas eran evidentes. Sin embargo, tras estas acusaciones, la reacción de la empresa fue declarar su inocencia, negando su responsabilidad directa en el caso y exigió a los proveedores a subsanar la situación. Además, como afirmaba Juan Arias (2011) en el diario El País, la empresa firmó un acuerdo con el Gobierno de Brasil con el que se comprometió a eliminar las precarias condiciones así como a invertir 1,4 millones de euros en acciones sociales. Parece que en este caso, la multinacional logró subsanar este problema, ya que según artículo publicado en Economía Digital por Cristina Díaz (2013), el sindicato IndustriALL no detectó ninguna irregularidad en los proveedores situados en este país sudamericano, lo que le ha permitido mejorar su imagen ante las miradas más críticas de los consumidores.

Sin embargo, este atisbo de esperanza sobre un nuevo estilo de multinacional, fue eclipsado por un nuevo caso de explotación a trabajadores. En 2013, varios incendios en fábricas de Bangladesh ha vuelto a evidenciar las situaciones en las que se encontraban los empleados en los talleres asiáticos. Además el derrumbe de una de ellas, según un artículo de La Vanguardia del 15 de mayo del 2013, dio lugar a la muerte de más de 1.100 personas, lo que ha abierto un debate sobre la situación de seguridad en estas factorías que suponen un sustento para buena parte de este país asiático.

No obstante, Inditex, lejos de dar explicaciones y crear soluciones, no desvela cuales son las empresas que producen para ella en los países asiáticos. Y es que, como afirmaba Cristina Bolinches (2012) en un artículo de Eldiario.es, esta falta de datos proporcionados por la multinacional, ha dado lugar a críticas por parte de ONGs, que reprochan su falta de transparencia. A pesar de las medidas correctivas que se supone que están dentro de los códigos de conducta de la empresa, estos escándalos han reflejado que éstas se realizan a posteriori de hacerse públicas las condiciones laborales desfavorables, y cuando la opinión pública hace que se vean peligrados sus resultados económicos.

Figuro 3.2. Pros y contras de Inditex.



Fuente: Elaboración propia basada en el punto 3.2.1.2.

3.3. COMERCIO JUSTO Y TRABAJO DIGNO

Tomando como referencia el ideal de justicia de Adam Smith, existe un tipo de movimiento denominado “Comercio Justo” que trata de erradicar las ineficiencias del comercio internacional y los abusos de las grandes empresas en los países menos desarrollados, y de esta forma evolucionar del modelo mundialmente impuesto, a una nueva globalización basada en los derechos sociales y la justicia. Para alcanzar estos objetivos planteados, se pretenden llevar a cabo diferentes acciones. (En este apartado me he basado en las concepciones sobre Comercio Justo de Mario Coscione, 2012)

Así pues, por un lado, se tratará de generar oportunidades para aquellos productores con desventaja económica, cambiando las reglas del mercado de forma que los pequeños productores puedan acceder a las oportunidades que genera el comercio y poder alcanzar el desarrollo al que los grandes productores acceden. Un matiz importante, es que esto deberá llevarse a cabo dentro de unos parámetros de justicia, en el que el trabajo sea digno y sigan los convenios internacionales de la Organización Mundial del Trabajo.

Aunque esto último debería tratarse de un principio básico e inquebrantable en cualquier sociedad, en realidad, y como hemos ilustrado con los casos de empresas como Inditex y Apple, muchos obreros se encuentran fuera de dicha concepción de dignidad laboral. Lo que puede resultar paradójico en esta situación, es cómo muchas de estas empresas se consideran como unas abanderadas en occidente, en cuanto a la dirección de empresas y respeto al trabajador. Dentro del ideal de trabajo digno que el Comercio Justo contempla, también se incluye la idea de salario digno. Así pues, según Coscione (2012), las organizaciones de comercio justo pagarán unos salarios justos en relación con las actividades del trabajador, sin atender a los salarios mínimos que se han impuesto en los países menos desarrollados, y en los que, por ejemplo, las desigualdades de género en cuanto sueldos, son un hecho.

Este tema nos devuelve de nuevo a la figura de Adam Smith, que contemplaba la dificultad de negociación de los salarios en la Riqueza de las Naciones. Para el autor “Los salarios corrientes dependen en todos los lugares del contrato que se establece normalmente entre dos partes, cuyos intereses en modo alguno son coincidentes. Los trabajadores desean conseguir tanto, y los patronos entregar tan poco, como sea posible. Los primeros están dispuestos a asociarse para elevar los salarios, y los segundos para disminuirlos. No resulta, empero, prever cual de las dos partes se impondrá en la puja, y forzará a la otra a aceptar sus condiciones. Los patronos, al ser menos, pueden asociarse con más facilidad (...) A largo plazo el obrero es tan necesario para el patrono como el patrono para el obrero, pero esta necesidad no es tan así a corto plazo (...) Los patronos están siempre y en todo lugar en una especie de acuerdo, tácito pero constante y uniforme, para no elevar los salarios sobre la tasa que exista en cada momento.” (Smith, 1776: 110). Así pues, ya en el siglo XVIII el autor planteaba situaciones actuales, que aunque se dan también en los países desarrollados, la inestabilidad económica de los países en vías de desarrollo, en los que los empresarios imponen unas condiciones salariales sin prácticamente leyes que los protejan, hace que estas líneas se identifiquen más con los llamados “países del Sur”, aunque la situación actual en Europa parece que va en la misma dirección de salarios injustos.

Por otra parte, Coscione (2012) afirma que los países del Sur tienen una serie de barreras que les impide competir a la par con los países del Norte. Este tipo de territorios tienen una falta de acceso al mercado, es decir, los pequeños productores

normalmente están situados en zonas de difícil acceso, no producen grandes volúmenes, no disponen de transportes adecuados y se ven obligados a tratar con intermediarios. Las soluciones que el Comercio justo aportaría a este problema se basarían en que las organizaciones de productores rompieran las relaciones con los intermediarios.

En otro orden de cosas, Coscione (2012) manifiesta que los pequeños productores también tendrían dificultades en relación a las fluctuaciones de precios, a las que están completamente expuestos, con lo que se propondría un precio mínimo garantizado, que debería igualar los costes de producción, los necesarios para llevar una vida digna, y para cumplir con los estándares del Comercio Justo.

Otra barrera destacable que nombra este autor, es la escasa información a la que los pequeños productores tienen acceso. No tienen suficientes medios para recibir datos sobre mercados, con lo que su dependencia hacia los intermediarios aumenta. Las organizaciones de Comercio Justo del Norte, con el fin de atenuar dichas limitaciones proporcionarán la información necesaria sobre mercados, precios, calidad de productos o requisitos de las economías del Norte. Existirá una corrección sobre este desequilibrio informativo, debido a que estas relaciones comerciales se basarán en los principios de transparencia y confianza a largo plazo.

La falta de acceso a financiación es otra de las dificultades destacables para los pequeños productores del Sur. Las soluciones que para el autor suponen un “elemento clave en las relaciones de Comercio Justo” (Coscione, 2012) es el prefinanciamiento por parte de las empresas importadoras, que supondrían como mínimo un 50% del valor del producto final. Sin embargo, dicho pago adelantado no se cumple en todas las ocasiones, lo que dificulta la corrección de esta dificultad.

Además, los pequeños productores tienen una imposibilidad para cambiar ágilmente su tipo de producción. Cambiar de un cultivo a otro supone un riesgo para ellos, sobre todo cuando esta modificación no les garantiza una mejoría con respecto a su situación inicial. Las organizaciones de Comercio Justo responderían a través de una diversificación de la producción, con el fin de vender diferentes productos, sostener el consumo familiar y crear una base salarial digna para todos los ciudadanos.

Por último, otra limitación a la que se ven sometidos los productores del Sur según este autor, se relaciona con sus debilidades organizativas y comerciales debido a la escasa formación que poseen. Las organizaciones de Comercio Justo, sólo trabajarán con organizaciones con estructuras participativas y democráticas, y evitar de esta forma, los posibles abusos de poder.

No obstante, Dogliotti y Montagut (2006), consideran que el Comercio Justo presenta una serie de limitaciones. Así pues, creen que la forma de conseguir que se establezcan los objetivos a nivel mundial sería mediante la acción política y social. No se trata de introducir prácticas alternativas (cómo planteaba Mario Coscione, 2012) sino cambiar las estructuras de mercado priorizando la alimentación local de los países del Sur sobre la comercialización de excedentes en mercados más amplios. Estos dos autores consideran pues, que dicha introducción de prácticas daría lugar a un desenfoque de las propias del Comercio Justo. Además creen que la persecución hacia un aumento de las ventas da lugar a que se pierdan otros objetivos del movimiento, con lo que podría a llegar a ser contraproducente. Para los autores, la relación Norte-Sur no se debe basar en la promesa a los países del Sur de beneficios mayores.

Así pues, los autores consideran importante destacar cómo muchas multinacionales se benefician de la imagen que les otorga la venta de productos “justos”, que atrae a un segmento crítico de la población y que al final, suponen sólo un pequeño porcentaje de los artículos que tienen para la venta. A su vez, hacen una crítica sobre las certificaciones de Comercio Justo, como el sello FLO⁵, que favorecen la intervención de estas grandes empresas, con lo que se pierden los principios de este movimiento, y ponen en peligro su permanencia y desarrollo debido a la competencia que pueden suponer para los productos de comercio justo, las marcas blancas que suelen ofrecer las grandes superficies. Por otra parte, sus criterios son limitados y no permiten que todas las organizaciones que actúan según los parámetros del Comercio Justo, pero que no presentan la cantidad de clientes o estructuras establecidas, puedan adecuarse a ellos y obtener este tipo de certificaciones.

Cómo hizo Mario Coscione, Fabrizio Dogliotti y Xavier Montagut (2006), hacen mención a la financiación de las empresas del Norte a los pequeños productores del Sur. Para ellos, la financiación abriría posibilidades de colaboración y enriquecimiento mutuo entre las partes. Sin embargo, destacan que las exigencias de los países del Norte pueden ser excesivas para las características de las producciones del Sur, lo que podría cambiar los criterios y objetivos propios del Comercio Justo.

4. EL PAPEL DE LAS EMPRESAS EN LA SOCIEDAD: LA VERDADERA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

4.1. LA VERDADERA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Tras el estudio del funcionamiento de las grandes multinacionales en la actualidad, y las consecuencias negativas que surgen del principio de egoísmo y maximización de los beneficios en los que se basa la economía de mercado, es necesario proponer un nuevo tipo de empresas y otro tipo de modelo económico, que se correspondan con los principios de la naturaleza humana de los que hablaba Smith y Frans De Waal (entre otros). Tras la crisis del capitalismo financiero, las desventajas sociales derivadas del sistema son cada vez más evidentes en los países occidentales, con lo que se hace necesario plantearse nuevos modelos coherentes con la búsqueda del bien social. No obstante, es importante que en esta época de cambio, las empresas adapten sus valores a los de la sociedad, y que sus actuaciones se ajusten a sus nuevas necesidades y exigencias.

El poder de las corporaciones ha aumentado progresivamente con el paso de los años, al igual que su vulnerabilidad. La sociedad es cada vez más consciente de los impactos que generan sus actividades, y se posicionan en contra. Por lo tanto, la presencia de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es fundamental, y es que, “las empresas han comprendido que en el siglo XXI sus estrategias de competitividad en la globalización no pueden basarse en la devaluación del medio ambiente, ni en el maltrato laboral, ni en el incumplimiento de normativas internacionales en materia sindical o derechos humanos” (Jáuregui, 2012: 20). “La RSC es esencialmente un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y

⁵ FLO (Fair Trade Labelling Organizations International) es la organización que coordina a nivel internacional los productos de Comercio Justo “Fairtrade”.

un medio ambiente más limpio. Se basa en la idea de que el funcionamiento general de una empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar social de la sociedad en la que se integra” (Fernández García, 2010:17). Además, es conveniente señalar que aportaría ventajas a la empresa traducidas en un incremento de su competitividad, es más, según Joseph E. Stiglitz (2006), algunos estudios sugieren que las empresas socialmente responsables se comportan mejor en el mercado bursátil que aquellas que no lo son.

La Responsabilidad Social Corporativa ha contribuido a cambiar la mentalidad de las corporaciones, y a incorporar en sus estrategias la preocupación por el medioambiente, el buen trato a los trabajadores, u otras preocupaciones sociales. Se han elaborado instrumentos que garanticen que las empresas siguen este modelo, así pues, Ricardo Fernández García (2010), señala seis tipos de herramientas que permiten implementar prácticas socialmente responsables:

- Códigos de ética: enunciados de valores y principios de conducta que reglamentan las relaciones entre los integrantes de la empresa y los del entorno.
- Códigos de conducta: recoge los derechos básicos mínimos que una empresa declara comprometerse a respetar en sus relaciones con sus trabajadores, comunidad y medio ambiente.
- Normas de sistemas de gestión: permite a la empresa tener una visión del impacto de las actividades en los ámbitos social y medioambiental para la mejora de sus procesos.
- Informes de responsabilidad social: informe preparado por la empresa midiendo su desempeño económico, social y medioambiental de sus actividades, y comunicado a los stakeholders.
- Inversión Socialmente Responsable (ISR): reúne todos los elementos que se basan en integrar criterios extra-financieros, medioambientales y sociales, en las decisiones del inversor.

La puesta en práctica de la RSC, controlada por este tipo de herramientas, sería sin duda, beneficiosa para el entorno y la sociedad en general. Sin embargo, “en un mundo dominado por la competencia implacable, los incentivos pueden volverse incluso contra quienes tienen las mejores intenciones” (Stiglitz, 2006: 255). El premio Nobel, argumenta su cita exponiendo que una empresa que no sigue los criterios de Responsabilidad Social Corporativa, es decir, que no aplica políticas medioambientales o de seguridad para los trabajadores, será más eficiente en cuanto a costes, consiguiendo más beneficios y por lo tanto, en muchas ocasiones conseguirá superar a aquellas que sí son socialmente responsables. Este tipo de competencia estaría en contra de la que Adam Smith hablaba en la Riqueza de las Naciones (1776), en el que la contemplaba tan sólo integrada en un sistema de reglas, siguiendo los valores de justicia.

No obstante, las empresas están cada vez más condicionadas por la opinión pública, con lo que en muchas ocasiones la Responsabilidad Social Corporativa es utilizada con el único fin de favorecer a su imagen corporativa, aunque sus actividades no se correspondan a ésta. “Hoy en día todas las empresas, incluso las que más contaminan y las que peor tratan a sus trabajadores, contratan los servicios de empresas de relaciones públicas que aireen su sentido de la responsabilidad y su preocupación por el medio ambiente y por los derechos de los trabajadores. Las corporaciones se han hecho adeptas a la manipulación de la imagen y han aprendido a hablar a favor de la responsabilidad social al tiempo que continúan soslayándola” (Stiglitz, 2006:256). Lo que expone este

economista en 2006, se sigue correspondiendo a la actividad de muchas empresas en la actualidad. Resulta paradójico, cómo precisamente las dos multinacionales estudiadas anteriormente (Apple e Inditex), envueltas en escándalos relacionados con el maltrato a sus trabajadores en países de vía de desarrollo, siguen estrategias de RSC. Incluso, Foxconn, la proveedora de Apple, en la cual, en 2010 tuvo lugar una oleada de suicidios por parte de sus empleados por las condiciones de esclavitud a las que se estaban sometiendo, presenta en su Web corporativa un apartado relacionado con la Responsabilidad Social Corporativa. Es en este punto, donde llegamos a la conclusión de que los valores de la RSC se pierden en la persecución de los máximos beneficios por parte de las empresas, pasando de ser una herramienta para favorecer a la sociedad, a ser utilizada como un mero mecanismo para mejorar la imagen empresarial y de esta forma alcanzar mejores resultados económicos.

Este movimiento, del que debería verse beneficiado el colectivo de la sociedad, ha pasado a ser un instrumento con el único fin de acrecentar los beneficios económicos de las empresas. Esto se puede relacionar con la concepción de beneficencia que Adam Smith tenía, es decir, considerándose a la RSC como tan sólo un mecanismo que embellece a las corporaciones, y alejándose pues, de los parámetros de justicia que tenía este mismo autor. Juan José Almagro, director de Responsabilidad Social Corporativa de Mapfre en 2008, corroboró esto en unas jornadas sobre RSC en Madrid, afirmando que “en el fondo buena parte de lo que se oye en RSC tiene su raíz en ese propósito cosmético que siempre nos acompaña en la empresa”. (Almagro, 2008) Y es que, en muchas ocasiones, se utiliza como un maquillaje para ocultar sus malos hábitos de cara a la sociedad. Así pues, Carmen Sánchez-Silva, expone en un artículo publicado por El País el 18 de Junio de 2014, que según un estudio realizado por KPMG International las 100 empresas más grandes del mundo hicieron una inversión de más de 8.500 millones de euros en programas sociales durante el 2013, entre las que destacan aquellas pertenecientes al sector farmacéutico. Es curioso, que precisamente, uno de los sectores que se encuentran más envueltos en escándalos relativos a la contaminación del medio ambiente, sean los que más inviertan (un 12% de sus ganancias) en este tipo de programas. Esto podría parecer un síntoma de una mejor conciencia por parte de estas empresas, sin embargo, según este mismo artículo, sólo un 20% de las compañías informan sobre su impacto real a la sociedad, con lo que todavía prevalece la falta de transparencia sobre los verdaderos valores de justicia. Al final, cualquier actuación de estas organizaciones se traduce en valores monetarios, con lo que podemos concluir que un movimiento de esta clase, no tiene efectividad si no se impone según los planteamientos de justicia.

4.2. LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN (CHRISTIAN FELBER)

Parece ser que la idea de “egoísmo” que se le atribuía de forma sesgada a Adam Smith, como medio para alcanzar el bienestar social, es precisamente, lo que de alguna manera corrompe este tipo de movimientos, cuyo fin es contribuir a la mejora global de la sociedad. Por lo tanto, es necesario un sistema en el que la maximización de los beneficios no se anteponga al bienestar social. Según el artículo 128.1 de la Constitución Española, “toda la riqueza del país en sus distintas formas y sea cual fuere su titularidad está subordinada al interés general”. Por lo tanto, siguiendo esta máxima, y teniendo en cuenta que el verdadero sentido de la riqueza económica es conseguir la prosperidad global de la ciudadanía, es necesario encontrar alternativas que superen las carencias del sistema comunista y capitalista, y con las que se alcance el bienestar social.

Así pues, Christian Felber (2012), propone un modelo económico novedoso que sigue estos criterios y que ha denominado “Economía del Bien Común”. Este sistema está planteado, igual que la economía de mercado, en que está basado en empresas privadas e iniciativa individual. Sin embargo, presenta un matiz importante: las empresas no trabajan para obtener mayores beneficios, sino que cooperan para alcanzar el bien común para la sociedad en su conjunto.

Como hemos analizado anteriormente, mediante los criterios de Adam Smith, Franz De Waal o Shoshana Zuboff, en la economía de hoy en día priman unos valores contrarios a los propios de la naturaleza humana. Según Felber, “la economía del libre mercado se basa en un sistema con normas que potencian la búsqueda de beneficios y la competencia. Estas pautas incentivan el egoísmo, la codicia, la avaricia, la envidia, la falta de consideración y responsabilidad” (Felber, 2012: 28). Así, pues, el creador de este modelo económico considera desastrosa la contradicción entre los valores humanos y los del sistema económico actual, con lo que propone eliminar estas diferencias y construir una economía basada en los valores intrínsecos de la sociedad.

Christian Felber (2012) nombra diez tipos de consecuencias negativas derivadas de la búsqueda de los propios intereses:

- Concentración y abuso del poder.
- Interrupción de la competencia y formación de cárteles.
- Localización de la competencia.
- Política de precios ineficaz.
- Polarización y miedo sociales.
- No satisfacción de las necesidades básicas y hambrunas.
- Destrucción ecológica.
- Pérdida del sentido.
- Deterioro de los valores.
- Supresión de la democracia.

Por lo tanto, con el fin de evitar estas consecuencias negativas derivadas de las limitaciones de la economía de mercado, se pretende hacer una corrección de los valores del modelo económico, acercándolos a los de la sociedad. Así pues, en relación a los incentivos, Felber (2012) propone que las recompensas no estén ligadas tan sólo a las ganancias, sino que también, en las actividades económicas se premie a la existencia de valores humanos fundamentales. “El marco de incentivos para los individuos tiene que cambiar radicalmente de la búsqueda de beneficios y la competencia a la búsqueda del bien común y la cooperación” (Felber, 2012: 47). En el ámbito empresarial, el éxito estará ligado al bienestar social, y su objetivo principal será producir el mayor aporte que sea posible a la sociedad.

Así pues, según Felber (2012), estos nuevos incentivos, y estas nuevas metas de las empresas integradas en la Economía del Bien Común, no tendrían sentido si el éxito económico no se redefiniera. Se pretende pasar de una medición basada en parámetros macroeconómicos, Producto Interior Bruto y de beneficios financieros obtenidos a nivel individual por las empresas; a una medición basada en parámetros no monetarios. “La economía del bien común pretende cambiar la medición económica del éxito, de contabilizar los valores de cambio a contabilizar las utilidades sociales” (Felber, 2012: 48). Volviendo a la figura de Adam Smith, podemos equiparar su idea de que los altos beneficios no siempre están ligados a la prosperidad de los ciudadanos, con la herramienta utilizada en la actualidad para determinar la riqueza de los países (PIB).

Felber (2012) critica este instrumento de medida argumentando que no tiene utilidad social. Un alto PIB no nos otorga información de si el país está en guerra, si existe igualdad de género o si es una dictadora. Este mecanismo no sería capaz de medir aquellos aspectos que la Economía del Bien Común considera importantes. Felber (2012) también considera que este planteamiento se podría aplicar a nivel empresarial: unos altos beneficios no nos proporcionan información sobre la calidad de los puestos de trabajos, el trato al medio ambiente o si los salarios están distribuidos de forma justa. “Un beneficio financiero elevado no dice nada fiable acerca de cualquiera de las utilidades sociales, exactamente igual que un PIB al alza” (Felber, 2012: 51).

Así pues, para medir el éxito empresarial será necesario un indicador diferente al habitual balance financiero. Como hemos estudiado anteriormente, las críticas sociales sobre la actuación de muchas empresas ha dado lugar a movimientos (tales como el Comercio Justo y la Responsabilidad Social Corporativa) que tratan de apaciguar las voces más detractoras y reducir las externalidades negativas que generan las actividades empresariales. Sin embargo, como ya se ha planteado, al final, los objetivos de dichos movimientos se diluyen entre los beneficios empresariales. Para evitar esto, Felber (2012) plantea un balance del bien común, pasando a ser secundario el balance financiero habitual. Esto no quiere decir que al aplicarlo las empresas obtengan pérdidas, simplemente, que los beneficios estarán planteados como un medio para alcanzar el bien común. Este balance está compuesto por cinco puntos: dignidad humana, solidaridad, justicia, sostenibilidad medioambiental y democracia. El balance del bien común medirá cómo dichos puntos son experimentados por la empresa, y cómo estos valores básicos son vividos por las personas influyentes en las organizaciones. Para simplificar el entendimiento de este balance novedoso, se ha creado “la matriz del bien común”

Figura 4.1. Matriz del bien común.

GRUPO DE CONTACTO \ VALOR	DIGNIDAD HUMANA	SOLIDARIDAD	SOSTENIBILIDAD ECOLÓGICA	JUSTICIA SOCIAL	PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA Y TRANSPARENCIA
A. Proveedores	A1 Gestión ética de la oferta/demanda		A1 Gestión ética de la oferta/suministros		
B. Financiadores	B1 Gestión ética de las finanzas		A2 Gestión ética de las finanzas		
C. Empleados inclusive propietarios	C1 Calidad del puesto de Trabajo e igualdad 90	C2 Reparto justo del volumen del Trabajo 50	C3 Promoción del comportamiento ecológico de las personas empleados 30	C4 Reparto justo de la renta 60	C5 Democracia interna y transparencia 90
D. Clientes, productos, Servicios, propietarios	D1 Venta ética 50	D2 Solidaridad con copropietarios 70	D3 Concepción ecológica de productos y servicios 90	D4 Concepción social de productos y servicios 30	D5 Aumento de los estándares sociales y económicos sectoriales 30
E. Ámbito social	E1 Efecto social/ Significado del producto/ Servicio 90	E2 Aportación al bien común 40	E3 Reducción de efectos ecológicos 70	E4 Minimización del Reparto de ganancias a externos 60	E5 Transparencia social y participación en la toma de decisiones 30
Criterios negativos	Incumplimiento de las Normas de Trabajo OIT -200	Compra hostil -200	Gran impacto medioambientales a ecosistemas -200	Remuneración desigual a mujeres y Hombres -200	No revelación de todas las participaciones -100

Fuente: *economíadelbiencomún.org*

En el eje horizontal comprende los cinco valores fundamentales y en el vertical los diferentes grupos. En las intersecciones se miden diecisiete indicadores del bien común. Todos estos valores se basan en la responsabilidad global en el comportamiento de la empresa. Dichos indicadores llevados a cabo por el equipo de redacción del balance del bien común, son puntuables y pueden alcanzar cuatro niveles: principiante, avanzado, experimentado y ejemplar. Felber (2012) afirma que la medición de estos será más fácil de realizar en una sociedad democrática enfocada a estos valores, por eso, este balance tiene como principio una redacción legitimada por la sociedad. Además, se pretende que con el paso del tiempo, se formule una normativa mediante un proceso decidido por soberanía democrática. Con ello, intentará corregir las alteraciones de la economía actual, para encaminar los objetivos de las empresas “hacia una armonía con los valores de las relaciones, la sociedad y la Constitución” (Felber, 2012: 57). Sin embargo, según Felber (2012), el uso del balance del bien común deberá ceñirse a ocho criterios básicos:

- Compromiso.
- Totalidad: no puede limitarse tan sólo a ciertos valores, sino a su totalidad.
- Capacidad de medición: los resultados deben ser objetivamente valorados.
- Comparabilidad: todas las empresas deberán rendir cuentas con los mismos objetivos.
- Claridad: el balance debe ser comprensible para todos: clientes, proveedores, empleados, etc.
- De carácter público: debe estar disponible para todos.
- Auditoría externa: para evitar que las empresas se valoren a sí mismas.
- Consecuencias jurídicas: quien más haga por la sociedad, debe ser recompensado por ello.

Este balance es tan sólo una herramienta para conseguir el fin del bien común. Todo lo que envuelva a la empresa debe funcionar de modo que se persiga este objetivo. Para ello, se necesitará que la sociedad sea consciente de las limitaciones actuales de la economía y que apoyen estos valores, cuyo fin es favorecer a todos. Parece lógico pensar que se trata de un modelo económico con planteamientos utópicos, sin embargo, está basado en valores inherentes en el ser humano. Y es que ¿No debería ser más sencillo orientar la economía a los valores de nuestra naturaleza? Hoy en día, son 1635 empresas, 62 políticos, 5683 personas y un municipio los que simpatizan con la Economía del Bien Común. Sin embargo, aún queda un largo camino para modificar las deficiencias del modelo económico actual para alcanzar el fin último de cualquier sociedad, el Bien Común.

5. CONCLUSIONES

Tras el estudio de los valores del sistema actual en contraposición a los inherentes de posee la sociedad; el estudio del funcionamiento de las empresas y las posibles alternativas a la economía de mercado podemos llegar a diversas conclusiones:

1. El capitalismo es considerado por muchos economistas como el más eficaz y beneficioso de los modelos económicos, sin embargo, en momentos de crisis como el actual es cuando nos planteamos su verdadera eficacia para alcanzar el bienestar global de la sociedad. Este modelo se encuentra basado en los parámetros de competencia y egoísmo, fundamentados en los planteamientos de Adam Smith. Sin embargo, los valores del sistema actual no sólo van en contra

de lo que realmente planteaba este autor, sino también de la naturaleza humana. Tanto Smith, cómo otros autores actuales están de acuerdo con que el ser humano no sólo es egoísta, sino que también presenta valores de empatía y cooperación.

2. Las ineficiencias de los mercados se basan precisamente en que sus actuaciones se sustentan en la maximización de los beneficios de unos pocos en detrimento del resto. En conclusión, una economía centrada tan sólo en el egoísmo da lugar a desigualdades sociales y genera externalidades negativas, con lo que será necesaria adaptarla a los verdaderos valores de la sociedad. Además, los valores de competencias en los que se fundamentan las empresas dentro de cualquier modelo económico también han de estar basados en la búsqueda del bien común, considerándola como un mecanismo para alcanzar el progreso y mejora de la sociedad, no como una forma de abuso de grandes corporaciones.
3. Por otra parte, la justicia, tal y como planteaba Adam Smith, es de vital importancia en cualquier sociedad. Tanto el modelo económico, como el funcionamiento de las empresas o el comportamiento de los ciudadanos han de estar basados en ella. Sin embargo, es importante hacer una distinción entre este concepto y el de beneficencia. Hoy en día, la beneficencia es utilizada por muchas corporaciones con el fin de situarse como unas abanderadas de la solidaridad y ocultar sus actividades contrarias a los parámetros de justicia; y es en el comercio internacional donde estos comportamientos son más evidentes.
4. En el comercio internacional existen barreras en los países menos desarrollados, mucho de los cuales presentan una situación desfavorable desde la colonización. Las multinacionales controlan gran parte de este comercio, y son en gran medida responsables de las ineficiencias del mercado. Es necesario señalar, que estas corporaciones han aportado beneficios a la sociedad y que sus actuaciones se basan en la demanda de los consumidores; pero su finalidad principal de maximizar sus beneficios, sin importar las consecuencias negativas que generen, al igual que la manipulación por medio de la publicidad y marketing; nos hace volver a plantearnos que los objetivos de las empresas dentro de este modelo económico van en contra de los de la sociedad. Al final, los poderes que tienen este tipo de corporaciones sobre los gobiernos de los países, dan lugar a que queden impunes después de llevar a cabo actos perjudiciales para la sociedad. Por esta razón, la resolución de la ONU en la 26ª sesión del Consejo de Derechos Humanos ha sido considerada como una victoria, ya que ha asentado las bases para una mayor protección de los trabajadores y del medio ambiente, de los abusos de las grandes multinacionales.
5. Por lo tanto, se podría afirmar que la avaricia y la búsqueda de sus máximos beneficios son los culpables de que las corporaciones englobadas dentro del comercio internacional actúen en contra del bienestar global de la sociedad. Con el fin de seguir los parámetros de justicia y suplir las ineficiencias del comercio internacional, movimiento como el Comercio Justo, tratan de beneficiar a los pequeños productores de los países menos desarrollados, con el fin de evitar las situaciones de abuso por parte de los países del Norte. Sin embargo, en este tipo de movimientos se impone en muchas ocasiones los valores de beneficencia.

6. Esto se traduce, en que grandes corporaciones se aprovechan de la imagen favorecedora que les otorga pertenecer a este tipo de iniciativas para aumentar sus beneficios, con lo que los valores del Comercio Justo se difuminan, volviendo a caer en un círculo vicioso fundamentado en el egoísmo de las grandes empresas. Es en este punto, donde podríamos retomar los conceptos de justicia y caridad, y concluir con que la beneficencia no tiene sentido cuando solo favorece a ciertos intereses individuales, cualquier economía ha de actuar de forma justa para favorecer al conjunto de la sociedad.
7. Las desventajas sociales derivadas del modelo económico son cada vez más evidentes, por lo que otro movimiento, la Responsabilidad Social Corporativa, se ha postulado como un pilar esencial dentro de las empresas. Mediante dicho movimiento, las corporaciones tratan de equiparar sus valores con los de la sociedad, teniendo en cuenta los efectos negativos que producen algunas de sus actividades. Sin embargo, al igual que sucedía con el Comercio Justo, hemos podido observar cómo sus valores se pierden en medio de la persecución de los más altos beneficios. Esto nos lleva a plantearnos, que quizás, estos actos no deberían tratarse de actuaciones voluntarias, sino englobarse dentro de los parámetros de justicia de cualquier sociedad.
8. En términos generales, se podría concluir con que las externalidades negativas que surgen del sistema, son el resultado de que los valores en los que está basada la economía, son contrarios a los de la humanidad. Como hemos planteado anteriormente, el egoísmo y la búsqueda de los más altos beneficios dan lugar a desigualdades sociales, y efectos negativos en el medioambiente. Por ello, la alternativa aportada por Christian Felber podría ser considerada como una opción al sistema actual, ya que, precisamente pretende solucionar esta contrariedad entre los valores del sistema y los de la sociedad, y crear un modelo económico conducido hacia el bien común. Las corporaciones pasarían de enriquecerse a costa de los más débiles a trabajar con el fin último de beneficiar a la globalidad de la ciudadanía. Por ello, resultaría lógico plantearse que un modelo construido bajo los valores intrínsecos en los seres humanos, podría ser la solución más óptima para eliminar las externalidades negativas que las actividades englobadas dentro de las economías de mercado generan.

6. BIBLIOGRAFÍA

Agencia EFE (2010, 7 de junio). Foxconn anuncia otra subida salarial tras la ola de suicidios. *El País*. Recuperado de: http://economia.elpais.com/economia/2010/06/07/actualidad/1275895978_850215.html

Agencia EFE (2011, 18 de agosto). Brasil expedienta a Zara por un escándalo de esclavitud en Sao Paulo. *La Vanguardia*. Recuperado de: <http://www.lavanguardia.com/internacional/20110818/54201597972/brasil-expedienta-a-zara-por-un-escandalo-de-esclavitud-en-sao-paulo.html>

Aguilera Klink, F (1992). *Economía del agua*. Madrid: Ministerio de Agricultura. (pp. 111-137)

Almagro J, (2008, 16 de junio). Jornada de La gestión de la RSE y la creación de valor sostenible. En Madrid: El Nuevo Lunes – Mapfre.

Aparecen etiquetas de Inditex en el incendio de una fábrica en Bangladesh (2013, 29 de Enero). *El diario*. Recuperado de http://www.eldiario.es/economia/Proveedores-Inditex-produccion-siniestrada-Bangladesh_0_95540763.html

Apple detecta nuevos casos de trabajo infantil en fábricas que trabajan para la compañía (2011, 15 de febrero). *El País*. Recuperado de: http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2011/02/15/actualidad/1297764067_850215.html

Apple refuerza los controles laborales sobre sus proveedores chinos (2012, 13 de febrero). *El País*. Recuperado de: http://economia.elpais.com/economia/2012/02/13/actualidad/1329142549_976417.html

Apple.com. Recuperado el 31 de mayo de 2014: <https://www.apple.com/la/pr/library/2013/10/28Apple-Reports-Fourth-Quarter-Results.html>

Arias, J. (2011, 20 de diciembre). Zara llega a un acuerdo con el Gobierno de Brasil por una acusación de practicar trabajo esclavo. *El País*. Recuperado de: http://economia.elpais.com/economia/2011/12/20/actualidad/1324369973_850215.html

Barnett, W. y E.G. Pontikes (2008): "The Red Queen, Success Bias, and Organizational Inertia". *Management Science*. Vol. 54:7, pp. 1237-1251

Barón, F (2011, 19 de agosto). Brasil implica a Zara en un caso de trabajo esclavo. *El País*. Recuperado de: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2011/08/18/actualidad/1313618409_850215.html

BBVA.com. Recuperado 3 de mayo 2014: <https://www.centrodeinnovacionbbva.com/noticias/12590-apple-google-y-samsung-las-empresas-mas-innovadoras-en-2012>

Bolaños, A (2014, 19 de Junio). España sufre la crisis más desigual. *El País*. Recuperado de: http://economia.elpais.com/economia/2014/06/19/actualidad/1403175466_879515.html

Bolínches, C (2012, 28 de Noviembre). Asia, la misteriosa fábrica de Inditex. *El diario*. Recuperado de http://www.eldiario.es/economia/Asia-gran-fabrica-Inditex_0_73843124.html

Brand Keys Customer Loyalty Engagement Index (2014). Brand Keys.

Cappa, M (2014, 22 de junio). Más de 80 países reclaman que la ONU penalice los abusos de multinacionales. *La Marea*. Recuperado de: <http://www.lamarea.com/2014/06/22/en-busca-de-un-tratado-internacional-que-penalice-los-abusos-de-las-multinacionales/>

Coscione, Mario (2012). Las metas del milenio y los principios del comercio justo. *El Agora USB* 12 (1), 167-182.

De Waal, F (2005). *El mono que llevamos dentro*. Barcelona: Metatemas Tusquets.

Díaz, C (2013, 26 de Marzo). Inditex aleja el fantasma de la explotación laboral. *Economía digital*. Recuperado de: http://www.economiadigital.es/es/mobile-viewer.php?IDN=2013_03_39605

Dogliotti, F., y Montagut, X (2006). *Alimentos globalizados*. Barcelona: Icaria editorial.

Economiadelbiencomun.org. Recuperado el 25 de mayo de 2014: <http://economia-del-bien-comun.org/es>

El último balance cifra en 1.126 el número de muertos en Bangladesh (2013, 12 de mayo) *La Vanguardia*. Recuperado de: <http://www.lavanguardia.com/internacional/20130512/54374025922/el-ultimo-balance-cifra-en-1-126-el-numero-de-muertos-bangladesh.html>

Felber, C. (2012). *La economía del bien común*. Barcelona: Deusto.

Fernández García, R (2010). *Responsabilidad social corporativa: una nueva cultura empresarial*. Alicante: Editorial Club Universitario.

Fernández Vergara, A (2013, 28 de Enero). Inditex rompe con dos proveedores en Bangladesh tras el incendio en una fábrica. ABC. Recuperado de <http://www.abc.es/economia/20130128/abci-inditex-rompe-india-incendio>.

Forbes.com. Recuperado el 30 de abril de 2014 de: <http://www.forbes.com/profile/amancio-ortega/>

Foxconn.com. Recuperado el 31 de mayo de 2014: <http://ser.foxconn.com/>

García, A.M., Yanes, V y Oreja, J.R. (2008). Análisis competitivo y factores críticos de éxito de la empresa en Canarias. Un enfoque configuracional, en el libro titulado Análisis de la competitividad e innovación en la empresa en Canarias (coord. por Parra, E. y Medina, D.). Fyde CajaCanarias (pp. 51-97)

Inditex.com. Recuperado el 2 de Junio de 2014: <http://www.inditex.com>

Jáuregui, R (2012). La RSE en Europa y en España: la empresa en el siglo XXI. En J.I.Galán (eds.), A. Sáenz de Miera (eds.) y C. De la Calle Maldonado (coord.), *Reflexiones sobre la responsabilidad social corporativa en el siglo XXI* (pp.19-47). Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

Jiménez, M. (2013, 13 de marzo). Las ventas y los beneficios de Inditex baten todos los récords en 2012. *El País*. Recuperado de: http://economia.elpais.com/economia/2013/03/12/actualidad/1363124702_840430.html

López de Miguel, A (2014, 29 de junio). La UE y EEUU se oponen al proyecto de la ONU para obligar a las multinacionales a respetar los derechos humanos. *Público*. Recuperado de: <http://www.publico.es/internacional/530936/la-ue-y-eeuu-se-oponen-al-proyecto-de-la-onu-para-obligar-a-las-multinacionales-a-respetar-los-derechos-humanos>

Los proveedores de Apple acusados de infringir leyes laborales (2012, 29 de junio). *El País*. Recuperado de: http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/06/29/actualidad/1340984276_570647.htm#bloque_comentarios

Mankiw, G.M (2012). *Principios de economía*. Madrid: Ediciones Paraninfo.

Martín, J (2012, 29 de junio). Los proveedores de Apple acusados de infringir las leyes laborales. *El País*. Recuperado de: http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/06/29/actualidad/1340984276_570647.htm

Porter, M.E. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Madrid: Plaza y Janes Editores, S.A.

Prats, J (2013, 15 de Mayo). España es el país de la OCDE dónde más crece la desigualdad. *El País*. Recuperado de: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/05/15/actualidad/1368639205_042355.html

Reventós, L (2010, 27 de Mayo). La cara amarga del iPad está en Shenshen. *El País*. Recuperado de: http://economia.elpais.com/economia/2010/05/27/actualidad/1274945582_850215.html

Rising inequality: youth and poor fall further behind (2014, junio). Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Sánchez-Silva, C (2014, 9 de junio). Las 100 mayores empresas del mundo invierten 8.500 millones en acción social. *El País*. Recuperado de: http://economia.elpais.com/economia/2014/06/09/actualidad/1402319092_193738.html

Smith, A (1997 [1759]). *La teoría de los sentimientos morales*. Madrid: Alianza Editorial.

Smith, A (2005 [1776]). *La riqueza de las naciones*. Madrid: Alianza Editorial.

Stiglitz, J.E (2006). *Cómo hacer que funcione la globalización*. Madrid: Santillana ediciones generales.

The Most Innovative Companies 2012: The State of the Art in Leading Industries. (2012). Boston Consulting Group.

WRO.org. Recuperado el 30 de mayo de 2014. http://www.wto.org/spanish/res_s/statistics/its2012_s/its12_world_trade_dev_s.htm

Zuboff, S (2009, 20 de marzo). Wall Street's Economic Crimes Against Humanity. *Businessweek*. Recuperado de: http://www.businessweek.com/managing/content/mar2009/ca20090319_591214.htm