

# La empresa comercial frente a la comunidad. Introducción

*Raúl Aníbal Etcheverry\**

El pensar es una de las facultades del ser humano que lo ha llevado a alturas extraordinarias. Nosotros estamos empeñados en la educación. Educar, es enseñar y ello es aplicable a nuestra disciplina, que busca ese objetivo respetando el desarrollo armónico de la personalidad de cada uno. No sólo queremos formar juristas, sino seres tolerantes, reflexivos, empáticos y creativos.

Es un lugar común expresar que uno de los mayores males de la humanidad es la pobreza y especialmente la marginación, que lleva a la incultura, enfermedades, adicciones y dispersión de la familia.

Este punto vulnerable en las naciones frecuentemente es combatido por la política general y, en especial, por las políticas económicas de ayuda e inclusión.

La dignidad del hombre se construye por él mismo. Ella se basa en su propio esfuerzo y desde su libertad, en su elección de vida.

Al respecto, ha dicho Giovanni Pico della Mirandola (Módena, 1463-1494):<sup>1</sup> “No te he dado ni rostro, ni lugar alguno que sea propiamente tuyo, ni tampoco ningún don que te sea particular, ¡oh, Adán!, con el fin de que

1. Citado por Marguerite Yourcenar en su *Opus Nigrum*, Prisa, Aguilar, Althea, Taurus, Alfaguara, Buenos Aires, 2012, p. 9.

\* Profesor Emérito de la Facultad de Derecho (UBA). Doctor en Derecho de la Universidad de Buenos Aires y en Ciencias Jurídicas de la Universidad Católica Argentina. Diploma de Estudios Avanzados y Doctorado calificado como sobresaliente *cum laude* en la Universidad de Castilla-La Mancha, España. Miembro fundador y vicepresidente de la International Academy of Consumer and Commercial Law y miembro de la Academia Interamericana de Derecho (FIA). Director de la Maestría en Derecho Comercial y de los Negocios de la Facultad de Derecho (UBA). Profesor del Doctorado en Derecho de la UBA. Árbitro internacional del CIADI y CCI; árbitro en casos nacionales. Es autor de más de veinte libros y más de cuatrocientos trabajos publicados en revistas jurídicas del país y del extranjero; etcheverryraulnibal@gmail.com.

tu rostro, tu lugar y tus dones seas tú quien los desee, los conquiste y de ese modo los poseas por ti mismo. La Naturaleza encierra otras especies dentro de unas leyes por mí establecidas. Pero tú, a quien nada limita, por tu propio arbitrio, entre cuyas manos yo te he entregado, te defines a ti mismo. Te coloqué en medio del mundo para que pudieses contemplar mejor lo que el mundo contiene. No te he hecho celeste, ni terrestre, ni mortal, ni inmortal, a fin de que tú mismo, libremente, a la manera de un buen pintor, un hábil escultor, remates tu propia forma”.

En las grandes sociedades contemporáneas, reconocer la dignidad del hombre, sus derechos humanos, ya no debe ser solamente un principio. Es preciso tomar ciertas decisiones gubernamentales para que tales bienes sean asegurados. Es necesario proporcionar instrumentos adicionales, capital y organización, para sostener y ampliar las posibilidades de desarrollo del hombre en la propia organización de su creación.

No es suficiente que en una economía se le dé al ser humano la libertad de crear una empresa propia y conducirla o bien asociarse a otros para los mismos fines. Y que esa labor le produzca ganancias que se integren a su patrimonio personal. Es necesario entender, que cada ser humano, debe contraer un compromiso social de solidaridad que no alcanza con cumplir una conducta recta, observando todas sus obligaciones como ciudadano y persona. Esto es trasladable a las empresas de todo tipo, con o sin fin de lucro, porque algo reciben y algo deben devolver a la comunidad.

Por supuesto que está bien que se sostenga el aparato del Estado con impuestos; así como los funcionarios y jefes de la administración pública, en todos sus niveles, deben entender que son servidores públicos, es decir, servidores de su comunidad.

En Argentina son muy pocos los beneficios que se otorgan como recompensa a las empresas que proyectan su actividad a lo social. Deberían ser mayores e invitarse a que estas actividades sociales se multipliquen en un país que afortunadamente tiene mucho voluntariado desinteresado y generoso.

En las economías de mercado en las que existen empresas de capital privado se sugiere a las empresas comerciales que incorporen a su actividad y fines ciertas actividades que no signifiquen lucro directo o maximización del valor de los bienes comprendidos en la organización y en la gestión.

Es decir, hay que superar el dominio universal del dinero, que predijera Goethe en 1832 en su *Fausto*, y que autores alemanes modernos proyectan

en su crítica al nuevo capitalismo fáustico del ego; Ulrich Beck, sociólogo de la London School of Economics y de la Universidad de Harvard, dice que “ya nadie cree en nada”, sólo lo hace “según sus propios intereses”; de ello surge la desconfianza de todos contra todos y también el terrible egoísmo existente en un mundo complejo al que se aplican, muchas veces, soluciones binarias y mágicas, transformando activos tóxicos de alto riesgo en productos financieros de primera clase.

No es a este capitalismo egoísta al que nos estamos refiriendo sino a la proyección de empresas lucrativas hacia fines sociales.

Desde el mundo anglosajón ha llegado la teoría y práctica llamada responsabilidad social de la empresa. Estas prácticas son voluntarias y hay pocas empresas que las adoptan –generalmente las grandes empresas–; a ellas también les resultan útiles como promoción y propaganda. Esta visión es una de las tantas posibles y su teorización se ajusta al pensamiento anglosajón, pero pensamos que no es tan viable si se la pretende imponer en las prácticas de Latinoamérica; no obstante, este camino también debe recorrerse.

Nuestra Argentina es un pueblo; podemos señalar que pertenece a un pueblo más grande, que tiene su propia personalidad cuyas raíces son latinas. Se ha dicho: “Un pueblo semeja a una colonia de corales. Un pueblo tiene un sistema nervioso y una cabeza y espaldas y pies. Un pueblo es algo distinto de todos los demás pueblos. De modo que no hay dos pueblos iguales. Y un pueblo tiene emoción”.<sup>2</sup>

En la doctrina, se impone establecer un nuevo concepto de interés social, que conlleva no solamente el propósito de obtener utilidad y su posterior reparto, sino el destinar una parte del resultado de la gestión de la empresa comercial, después de los impuestos y tasas, a fines sociales, es decir, en beneficio de la comunidad en la que la empresa comercial se desenvuelve.

En los trabajos que siguen, queremos presentar algunas de las alternativas que se han desarrollado y el constante diálogo empresa-comunidad, sin pretender agotar las diversas formas que existen para lograr que una empresa comercial o constituida para obtener un lucro económico, destine parte de sus ganancias al beneficio de la comunidad, en el área que elija.

2. Steinbeck, John, *La perla*, editorial Sol90, traducción de Horacio Vázquez Rial, Buenos Aires, 2003, p. 29; Steinbeck (1902-1968) fue premio Nobel de literatura en 1962; esta novela fue escrita en 1945.

Nos alejamos así de la concepción exclusivamente capitalista de la empresa, para dar paso a conductas vinculadas con la solidaridad social, permitiendo que estas empresas especiales cumplan su función social en beneficio no solamente de los socios sino también de los llamados *stakeholders* y, además, de ciertos grupos sociales o áreas que necesitan apoyo económico concreto para superar sus condiciones de carencia, que no remedia una política fiscal con ausencia casi total de incentivo cuando se dan donaciones o ayudas contributivas no retornables.

La relación y proyección de la empresa hacia la comunidad que pertenece no se da solamente con una actividad adicional destinada a beneficiar a la comunidad sino en el mejoramiento y valoración de conductas éticas, honestas, claras y proactivas.

Es muy importante vincular los temas de la publicidad y el derecho a la información con el consumidor y la empresa, que son los actores del mercado para alertar sobre la existencia de esta problemática vinculada a la creación y desarrollo de las empresas. Eso explica la inclusión de esta temática en este bloque de trabajos.

Sean estos trabajos que siguen nuestra primera contribución a generar un cambio de mentalidad, que también debe ser visto y analizado desde nuestra disciplina: el derecho.

Afortunadamente en Argentina muchas ONGs, personas, organizaciones, voluntarios y emprendedores, han comenzado este camino hace varios años. Debemos completarlo y complementarlo, para mostrar la riqueza que la empresa privada puede generar para la sociedad a la que pertenece, aparte de los beneficios del tráfico comercial, es decir, crear trabajo y producir o intercambiar bienes y servicios.