

IV. MISIÓN DE LA COMPAÑÍA DE JESÚS, UNIVERSIDAD, EMPRESA

Una reflexión sobre la misión de la empresa: perspectiva financiera versus “stakeholders”

INSA-ETEA, ¿en la esfera de la perspectiva “stakeholders” de la misión?

Manuel Cabanes Fuentes¹

I. ¿Qué entendemos por empresa y qué por misión? Las perspectivas financieras y “stakeholders” de la misión

- A efectos de la delimitación clara y precisa de nuestra reflexión, centrada en el análisis discursivo del contenido de la misión en la empresa, estimamos pertinente empezar por la delimitación clara y precisa de lo que entendemos por “empresa” y de lo que entendemos por “misión”.
- En el ámbito de la economía capitalista, hegemónica en la actualidad, es para nosotros *empresa* toda organización social, soberana en sus decisiones y estructurada y coordinada en su actuación, que tiene por función la de contribuir, con o sin ánimo de lucro, a la satisfacción de las necesidades humanas mediante la generación y puesta a disposición del sujeto a través del mercado, de bienes y servicios llamados productos, empleando para ello otros bienes y otros servicios, llamados factores, de muy distinta naturaleza (materiales, inmateriales y financieros), escasos en su disponibilidad, susceptibles de usos alternativos y, como norma, menos aptos para el consumo que los bienes y servicios a cuya generación dan lugar.
- Lo anterior hace referencia a lo *qué es* la empresa, a su *esencia*, en contraposición al *para qué lo es*, a la razón de ser de la misma, a lo que justifica su existencia: a su *sentido*, misión, finalidad u objetivo supremo. Pero sentido coincidente en su significado con el que se enuncia dentro de la Fenomenología como sentido de mo-

¹ Profesor emérito de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – ETEA, Universidad de Córdoba.

tivación: lo que “se sigue y persigue” en forma de intereses a satisfacer por ciertos sujetos (necesidades, deseos, aspiraciones, expectativas...) relacionados de esta o aquella forma con la empresa.

Para Hartmann (ver Ferrater Mora, 1994: 3234), todo sentido, en especial todo sentido de motivación, es un sentido ‘para nosotros’, para un sujeto postulado cualquiera, pues ‘un sentido en sí sería un contrasentido. Y desde similar posición, Comte-Sponville (2003: 474–475–476) afirma que

sólo hay sentido allí donde interviene una voluntad o algo que se le parece (un deseo, una tendencia, una pulsión). Es decir, que sólo hay sentido para un sujeto (para un ser capaz de desear o de querer), y por él. ¿Existe un sentido objetivo? Es una contradicción en los términos.

Visión que concuerda, por otra parte, con lo defendido con anterioridad por los tratadistas Simon (1965) y Cyert y March (1965), cuando en sus reflexiones sobre los denominados objetivos de la empresa, efectuadas desde la teoría de la organización, afirmaban que las organizaciones sociales, entre ellas las empresas, no tienen objetivos, sino las personas que las integran. Objetivos que, en síntesis, se traducen en intereses y expectativas a satisfacer desde las mismas y a través de las mismas.

La misión de la empresa se debe identificar, pues, con la facilitación y el hacer posible la satisfacción de las necesidades, deseos, aspiraciones, expectativas... (intereses, en suma), de personas, que, con legitimidad y poder para ello, aspiran a su consecución-satisfacción a través de la misma. Con la condición añadida de que la producción de bienes y servicios para el mercado, consustancial a la naturaleza de la empresa, lo sea en forma eficiente, con la consiguiente creación de valor en forma y cuantía tal que permita la consecución (logro) de la misión de la empresa en forma sostenible y sostenida a largo plazo.

Admitido lo anterior, la divergencia al respecto entre los distintos tratadistas está en la respuesta al interrogante relativo a cuáles son (o deben ser) los grupos con legitimidad y poder para aspirar a la satisfacción de sus intereses a través de la empresa.

Dos son las grandes posiciones o enfoques en disputa, que han dado lugar a dos teorías o perspectivas alternativas: la *perspectiva financiera* y la *perspectiva “stakeholders”*.

Desde la primera sólo se asigna tal derecho al grupo constituido por los propietarios de la masa financiera denominada “Capital social” en el Pasivo del balance de la empresa, grupo al que, por otra parte, es al que el derecho positivo asigna en exclusiva la propiedad de la empresa en cuanto unidad soberana: es el grupo de los propietarios en cuanto capitalistas de la empresa. Mientras que en la segunda se reconoce tal derecho a cualesquiera otros grupos de personas físicas o jurídicas que afecten positivamente con su comportamiento a la consecución de los objetivos de la empresa y/o puedan verse afectados en sus aspiraciones y deseos por la actuación de la misma. Los propietarios, siempre presentes, más esos otros grupos, internos a la empresa unos (el personal directivo y el personal operativo, propietarios o no) y

externos otros (clientes, proveedores, comunidades locales...) constituyen en su conjunto los denominados grupos de interés o “stakeholders”, de dónde el adjetivo de la perspectiva en la denominación del enfoque.

La perspectiva financiera de la misión tiene a Milton Friedman (1970) como máximo exponente, al igual que R. Edward Freeman (1984) lo es de la perspectiva “stakeholders”.

2. Análisis crítico de la perspectiva financiera: el beneficio como fin, ¿componente universal y único en la configuración de la misión de la empresa?

Para la primera, para la perspectiva financiera, la misión de la empresa en cuanto objetivo supremo de la misma no es otra que la creación de valor para los propietarios de la misma, quedando centrada su responsabilidad y actuación en la consecución de ello en su máximo nivel posible. M. Friedman, ya a principios de los años 60, afirmaba sin ambages que la única obligación (responsabilidad) de la empresa no puede ser otra que la maximización de la riqueza para sus accionistas, bajo el respecto de la normativa legal vigente y de lo acordado entre las partes en el juego de las relaciones contractuales, eso sí.

Desde los puntos de vista etimológico y lógico nada hay en la aspiración al beneficio empresarial (o conceptos afines) que impida su consideración como parte integrante de la misión de la empresa. El beneficio empresarial, tomado ahora en su sentido económico-financiero más general, es el resultado de una actividad, y, por tanto, incluíble en el conjunto de las aspiraciones que en la institución se persigan a través del desarrollo de determinadas actividades (el para qué). Ello, sin embargo, no valida “per se” la visión de la perspectiva financiera que, como ya hemos adelantado, se caracteriza por considerar la optimización del beneficio para el accionista (o concepto de similar alcance) componente universal y único de la misión, pues la simple observación de la realidad lleva a la refutación popperiana de tal hipótesis, sin que ello suponga, en modo alguno, negación de la importancia general del beneficio en dicha configuración, si bien éste en cuanto fin, ni es siempre elemento configurador de la misión ni cuando lo es está siempre en calidad de elemento único, como ponemos de manifiesto a continuación para la situación española mediante el análisis de distintos situaciones y escenarios.

2.1. El caso de las empresas privadas bajo forma jurídica de sociedad, en las que el poder que emana de la propiedad del capital, en forma directamente proporcional a lo aportado por cada partícipe, prevalece sobre cualquier otro

Nos referimos en concreto a las empresas que actúan bajo la forma jurídica de sociedad de capital o de sociedad de personas, sin condición o carácter distintivo adicional alguno. Las primeras se rigen básicamente por el *Real Decreto Legislativo 1/2010, de*

2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, LSC, y las segundas por el Código de Comercio, Libro II, Título Primero.

2.1.1. De las sociedades de capital

En las sociedades de capital (anónimas, de responsabilidad limitada y comanditarias por acciones), es el capital aportado a las mismas lo único que importa en lo concerniente al control y poder de decisión en la empresa. Tales aportaciones determinan la atribución de derechos a los socios, que se hace, como norma, en forma directamente proporcional a la importancia relativa de las mismas sobre el capital social. Son empresas con ánimo de lucro por definición, sin que haya en la normativa legal que regula su funcionamiento disposición alguna que permita poner en duda su pertenencia al grupo de empresas que tienen el enriquecimiento financiero de sus socios por misión, en el sentido y en la forma recogidos en la ya referida perspectiva financiera.

Ello es refrendado sin reserva alguna (principio de “cumplir o explicar”) por los distintos códigos de buen gobierno hasta el momento elaborados en España para las sociedades cotizadas españolas: Informe Olivencia (1998); Informe Aldama (2003); Informe Conthe (2006).

Desde los tres se postula, como puede comprobarse, que la esencia de la misión de la empresa está en la “maximización del valor de la empresa para el accionista” o, para decirlo con una fórmula que ha arraigado en medios financieros, en la “creación de valor para el accionista”. Idea plenamente concordante con lo postulado desde la perspectiva financiera y que consideramos aplicable a las demás sociedades de capital (sociedades no cotizadas) desde el momento en que la identificación que en dichos códigos se hace de la misión en las sociedades cotizadas con el beneficio empresarial, se fundamenta, entendemos, no en su condición de “cotizadas”, sino en su condición de sociedades de capital con ánimo de lucro.

2.1.2. De la sociedad de personas

Las similitudes existentes en la regulación legal de ambos tipos de sociedades (de capital y personalistas) permiten la extensión a las de personas de las conclusiones a que antes hemos llegado para las de capital no cotizadas: en ambos casos estamos ante sociedades mercantiles, con ánimo de lucro, sin otro fin recogido en la normativa legal que no sea la consecución del mayor beneficio posible para los partícipes en el capital social, ni otro criterio para el reparto de los beneficios entre los socios (y nada más que entre los socios) que no sea, como norma, el de afectar el mismo en forma directamente proporcional a la importancia relativa de cada aportación respecto del total aportado.

Con el añadido de que el mayor riesgo patrimonial que corren los socios en las sociedades de personas frente a las de capital (en las de capital se limita al capital aportado

mientras que en las de personas es ilimitada) refuerza, a nuestro entender, el derecho reconocido al socio a la apropiación, directa o indirecta, del beneficio generado por la empresa.

De cualquier forma, tanto para uno como para otro tipo de sociedad, las conclusiones anteriores hay que entenderlas a reserva de la presencia o no de otros factores, que por adición a lo anterior provocan modificaciones significativas en el contenido y configuración real de la misión. Es lo que ocurre cuando, con independencia de la forma jurídica desde la que la empresa actúe, ésta pertenece a la denominada economía social, cuando se trata de una empresa familiar o, ya fuera del ámbito privado, de una empresa pública.

2.2. El caso de las empresas de economía social.

En economía social, perteneciente por definición al ámbito de lo privado, se puede actuar, y de hecho se actúa, tanto desde organizaciones sociales de naturaleza empresarial como no empresarial. Las últimas constituyen el denominado subsector de no mercado, que, en buena lógica, quedan fuera de nuestro análisis, referido al mundo de la empresa. Son instituciones sin ánimo de lucro, que persiguen fines de interés general que, normalmente, se traducen en la atención de las necesidades de personas sin demanda solvente, a las que, al margen del mercado, entregan bienes o prestan servicios gratuitamente (o a precios no significativos) desde el altruismo y bajo el principio de solidaridad.

Junto al subsector de no mercado está el de mercado, que es el que ahora nos interesa. Está constituido por instituciones sociales (empresas) productoras de bienes y servicios de mercado, con o sin ánimo de lucro. En el primer caso actúan bajo las formas jurídicas de fundación (o asimiladas, como son las instituciones religiosas) o asociación de carácter no societario, y en el segundo bajo la forma societaria. En España se rigen en cuanto tales por la Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social, LES.

1º.- Las asociaciones de carácter no societario y fundaciones o asimiladas, sin ánimo de lucro por definición, atienden una demanda solvente desde el mercado, con el cobro a los demandantes de un precio significativo (un precio de mercado) por los bienes servidos o servicios prestados.

En el caso de las fundaciones e instituciones asimiladas, la misión se sitúa en todo caso dentro del perímetro del interés general, particularizada de esta o aquella forma según el fin fundacional (servicios educativos, de salud, culturales...).

En el caso de las asociaciones se permite la persecución bien del interés general económico o social, bien el interés colectivo de sus integrantes, o bien uno y otro. Ejemplo paradigmático: la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), creada en 1938 como asociación de carácter mutualista.

En cualquiera de los casos y situaciones contempladas es normal la aspiración al beneficio en cuanto medio para la supervivencia a largo plazo de la institución.

2º.- Las organizaciones de economía social actuantes bajo forma societaria.

Son empresas con ánimo de lucro que llevan a cabo su actividad bajo la primacía de las personas frente al capital social, la remuneración del cual ocupa, como norma, una posición subordinada. Es más: la eventual distribución de beneficios o excedentes entre los socios, cuando se produce, no tiene por qué ser en proporción al capital aportado por cada uno de ellos. Es claro, pues, que bajo tales premisas, la obtención del mayor beneficio posible para el propietario, la rentabilidad para el socio, el incremento del valor de la empresa para el accionista, o conceptos afines, no puede constituir sin más aditamento el propósito o finalidad principal de la empresa. En las empresas de economía social se integra la dimensión económica con la social, juzgándose el éxito empresarial no única ni principalmente por los resultados económicos obtenidos, sino por las formas de solidaridad plasmadas en sus actuaciones. Veamos cómo se concreta ello en las figuras societarias más significativas:

– De las sociedades cooperativas

La misión de la empresa viene determinada por la satisfacción de un complejo de intereses económicos y no económicos de variada naturaleza, que se tratan de atender y satisfacer a través de la actividad de la cooperativa, con una clara subordinación del capital al propósito social. La cuantía del dividendo (el retorno cooperativo, se dice) viene determinado no en función del capital aportado sino en función de la actividad cooperativizada realizada por el socio en el periodo de referencia.

– De las sociedades laborales

Desde el punto de vista jurídico-legal, las sociedades laborales no son otra cosa que sociedades anónimas o de responsabilidad limitada, en las que la mayoría del capital social es propiedad de socios, trabajadores de la misma por tiempo indefinido (art. 1, LSL). Son los denominados “socios trabajadores” en contraposición a los socios capitalistas, no trabajadores.

La condición de sociedades anónimas o de responsabilidad limitada de estas empresas determina el que lo sean “con ánimo de lucro”. No obstante ello, su razón de ser o lo que justifica su existencia (su misión) en modo alguno puede identificarse en forma prioritaria con la rentabilidad del capital aportado por los socios, trabajadores o no, sino con la creación y mantenimiento de empleo estable para los primeros, en los que se residencia el control y el poder de decisión en la empresa.

El beneficio, al que lógicamente se aspira, juega fundamentalmente el papel de medio, sin ignorar el papel de fin, que lo tiene, fundamentalmente, para los socios no trabajadores. En el reparto del mismo entre los socios (trabajadores y no trabajadores)

se está a lo dispuesto en la normativa vigente para las sociedades anónimas y de responsabilidad limitada, por lo que se hace en forma directamente proporcional a la importancia relativa de lo aportado por cada socio.

– De las sociedades de garantía recíproca

Tienen por finalidad (misión) ante todo y sobre todo el otorgamiento de garantías personales, por aval o por cualquier otro medio admitido en derecho distinto del seguro de caución, a favor de los denominados socios partícipes en las operaciones que éstos realicen dentro del giro o tráfico en las empresas de que son titulares.

El beneficio empresarial juega el doble papel de medio y de fin, siendo el último de ellos especialmente apreciado por los socios protectores, que aportan capital a la sociedad como inversión, sin ser destinatarios de los servicios prestados por ella.

2.3. El caso de la empresa familiar: incidencia del factor “familia empresaria” en la configuración de la misión de la empresa

La empresa familiar es una figura de especial relevancia socioeconómica en el mundo occidental, de lo que es fiel reflejo el hecho más que contrastado de que tales empresas representan alrededor del 90% del parque empresarial español, suponen el 67 % del empleo privado y generan casi tres quintas partes del PIB. Si bien, y pese a su importancia, no existe definición alguna de ella en derecho positivo occidental.

Desde el punto de vista doctrinal, destacamos la definición propuesta por Corona y Téllez (2011), que, desde una posición omnicomprendensiva, la conciben como

(...) aquella en la que un grupo familiar está en condiciones de designar al máximo ejecutivo de la compañía, de fijar la estrategia empresarial de la misma, y todo ello con el objetivo de continuidad generacional, basado en el deseo de fundadores y sucesores de mantener el control de la propiedad y la gestión de la familia.

Al no estar regulada la empresa familiar por el derecho positivo, nada se puede añadir desde el mismo con respecto a su misión a lo ya dicho en función de que ésta actúe bajo tal o cual forma jurídica. Lo dicho entonces con carácter general para las empresas en forma de sociedades de capital o de personas mantiene su vigencia cuando las empresas de referencia son familiares, con la salvedad de que el contenido de la misión entonces delimitado en torno al beneficio, queda ahora moderado y complementado por la entrada en escena de los intereses específicos del grupo familiar (“la familia empresaria”), cuya satisfacción tiene la empresa que posibilitar en mayor o menor grado en el desarrollo de su actividad si se aspira a la continuidad de la misma como tal empresa familiar.

En el marco del sistema “familia–empresa–propiedad”, la aspiración (interés) de base de la familia empresaria es la consecución del bienestar económico y social de sus miembros a través de la empresa familiar. Aspiración que se traduce en demandas

económicas y no económicas para la familia como un todo o para miembros específicos de la misma, que variarán en naturaleza y contenido en función del tipo de relación establecida o por establecer entre cada uno de ellos y la empresa: propietarios o no propietarios, directivos de la empresa o no directivos, trabajadores de la empresa o no trabajadores.

Sea como fuere, lo que sí está claro es que la escala de valores de la familia empresaria difícilmente va a coincidir con la escala de valores de la empresa familiar. Y en tal orden de cosas, los órganos de gobierno de la empresa no deben ignorar los intereses y aspiraciones de la familia, y ésta, en la defensa de sus particulares intereses, tiene que saber moderar su poder, evitando, como norma, la toma unilateral de decisiones o el convertirse en un cuerpo de vigilancia y fiscalización de dichos órganos: la familia empresaria (desde su indeclinable aspiración al control de la empresa), la dirección de la empresa y el grupo propietario, integrado por miembros y no miembros de la familia, deben cooperar y coordinar sus intereses y aspiraciones a fin de minimizar los conflictos, propiciar el consenso y, desde éste, el alineamiento colectivo en fines y medios.

2.4. Las motivaciones del emprendedor, elemento potenciador de la complejidad en la determinación del contenido de la misión empresarial

Para Watson et al. (1998) y Alstete (2002), citados por Padilla y Serarols (2006), existen dos clases de condiciones precipitantes en las decisiones de creación de empresas: la primera está configurada por todos aquellos eventos o factores que llevan a la decisión de crear desde la percepción de la misma como una oportunidad: son los denominados factores positivos o factores pull (tirar), que dan lugar al denominado "emprendimiento por oportunidad"; mientras que la segunda está configurada por todos aquellos eventos o factores que llevan a la decisión de crear desde su percepción como necesidad: son los denominados factores negativos o factores push (empujar), que dan lugar al denominado "emprendimiento por necesidad".

Para Global Entrepreneurship Monitor (GEM 2016), en el emprendimiento "por oportunidad", los actores deciden crear una empresa ante la percepción (convencimiento) de que el mercado (entorno) ofrece oportunidades que, aprovechándolas adecuadamente, pueden aportarles satisfacciones de naturaleza económica y no económica, tales como: superación y desarrollo personal; autorrealización; poner en práctica conocimientos adquiridos; utilización de las habilidades creativas en la creación de algo propio; independencia económica; ser uno su propio jefe; compensaciones económicas superiores a las que se obtendrían trabajando a sueldo; hacerse a medio o largo plazo con un cierto patrimonio...

En el referido informe también se afirma que "...un emprendedor por necesidad es aquel que se encuentra inmerso en el proceso de emprendimiento por no tener una mejor opción en el mercado laboral". Se involucra en actividades emprendedoras como

una forma de autoempleo, con motivos para la creación tales como: a) pérdida de empleo, unida a la subsiguiente imposibilidad de encontrar trabajo; b) imposibilidad de incorporarse al mercado laboral una vez terminado el periodo de formación personal; c) conflictos o frustración en el actual puesto de trabajo, que incitan a su abandono; d) dificultad de obtener un trabajo dependiente satisfactorio. En tales situaciones, los afectados se sienten impelidos a la creación de la propia empresa como alternativa y solución a situaciones de inactividad laboral.

Parece claro, pues, que cuando la empresa se crea “por necesidad”, lo que empuja a la decisión no son razones relacionadas, al menos en primera instancia, con el enriquecimiento y triunfo del emprendedor, sino con la provisión de medios financieros suficientes para la satisfacción a largo plazo de, al menos, las necesidades pertenecientes a los dos primeros niveles de la pirámide de necesidades de Maslow (1991), sentidas por él y, en su caso, la familia nuclear.

Las conclusiones a que se llega en los apartados 2.2, 2.3 y 2.4 “contaminan”, pues, a las recogidas en el apartado 2.1, relativas a la misión de la empresa bajo las formas jurídicas de sociedad de capital o de personas, cuando en la reflexión se hace abstracción de cualesquiera otras características o circunstancias de la empresa ajenas al marco legal regulatorio de dichas formas de sociedad.

2.5. El caso de la empresa pública

Se entiende por empresa pública aquella cuyo capital es totalmente propiedad de la Administración Pública (en España, estatal, autonómica o local), o no siéndolo en su totalidad, lo sea en una proporción tal que permita el dominio y control de la función de dirección (la toma de decisiones) en la empresa de referencia. Se distingue al respecto entre *Entidades públicas empresariales* y *Sociedades mercantiles estatales*.

En el sistema económico capitalista, en el que la empresa privada es hegemónica por definición, la empresa pública atiende, fundamentalmente, campos de actividad que por su trascendencia estratégica para el buen gobierno y desenvolvimiento colectivo no conviene dejar en manos de la iniciativa privada, y también aquellos otros no interesantes para la iniciativa privada pero cuyo desarrollo no es posible obviar en organizaciones políticas mínimamente comprometidas con la suerte y bienestar de los ciudadanos que las constituyen. De cualquier forma, lo que con ella se pretende, ante todo y sobre todo, es el logro de determinados propósitos conectados a fines de interés general, aunque rigiéndose siempre en su actuación por criterios de racionalidad y eficiencia económico-financiera, lo que conlleva, como norma, la aspiración al beneficio económico como medio y muchas veces también como fin, si bien en este último caso el excedente positivo que sobrepasa las necesidades de la empresa generadora del mismo acaba contribuyendo al desarrollo de fines de interés general a través del presupuesto general de la institución pública de referencia en cada caso (Estado, Comunidad Autónoma...).

Como ejemplo extremo de lo anterior traemos a colación el caso de la Sociedad Estatal Loterías y Apuestas del Estado (SELAES), que en cuanto sociedad mercantil tiene por misión la obtención de excedentes financieros a través de la gestión de determinados juegos y apuestas, contribuyendo de forma mediata al interés general, mediante la cesión de los excedentes al Tesoro Público y su asignación posterior a actividades relacionadas con el interés general a través de los presupuestos generales del Estado.

3. Resultados conclusivos del análisis de la perspectiva financiera: falsación popperiana de la unicidad, universalidad y suficiencia del beneficio como fin en la configuración de la misión empresarial

El beneficio empresarial cumple con la condición de idoneidad para formar parte de la misión de la empresa. No presenta impedimento alguno de tipo lógico que impida su aceptación como elemento potencialmente configurador de la misión de la empresa. Tanto si se toma en términos absolutos (beneficio, propiamente dicho) como si se hace en términos relativos (rentabilidad), pertenece por naturaleza al conjunto de las cosas a las que, potencialmente, se puede aspirar o se pueden desear.

Cosa distinta es que, como postula la perspectiva financiera, tenga siempre que estar formando parte de la misión (universalidad) o que cuando forma parte de la misma lo tenga que hacer en calidad de componente único (unicidad), pues, como el análisis efectuado ha puesto de manifiesto, el beneficio como fin, con el corolario de su asignación a los propietarios, ni está siempre presente en la configuración de la misión de la empresa (falta de universalidad), ni cuando lo está lo hace siempre en calidad de elemento único de la misma (falta de unicidad). La realidad muestra situaciones en las que, en el establecimiento de la misión, el beneficio como fin ocupa un lugar prioritario (puede que exclusivo), pero también puede ser secundario, a favor de otros intereses (expectativas, aspiraciones, deseos...) de muy distinta naturaleza, bien de los mismos socios/propietarios en su condición adicional de trabajadores, como ocurre en las sociedades laborales; en su condición de clientes, en las sociedades de garantía recíproca; en la de clientes-consumidores en las cooperativas de consumo; en la de proveedores de factores, en las cooperativas de producción; a favor del personal directivo, propietario o no propietario; de grupos sociales externos a la misma, como ocurre en las empresas de inserción; o bien de la sociedad general, como ocurre en la empresa pública.

Y muestra también la realidad otras situaciones en las que el beneficio como fin simplemente deja de formar parte de la configuración de la misión, ocupando su lugar el beneficio como medio o la simple aspiración de la institución al equilibrio financiero y de adecuación de medios a fines, como ocurrir, con mayor o menor frecuencia, en las empresas de economía social, en las públicas o en las privadas creadas "por necesidad". U otras, caso de la empresa familiar, en la que, sin dejar su lugar preferente dentro

de la misión, se ve moderado a favor de intereses económicos y no económicos de la familia empresaria como unidad o de alguno o algunos de sus miembros, propietarios o no propietarios de la empresa.

Las situaciones puestas de manifiesto en el análisis, en las que el beneficio como fin no se encuentra en la configuración de la misión, por escasas que éstas fueren, que no es el caso, bastan para la refutación-falsación, en sentido popperiano, del principio de universalidad, mientras que las situaciones detectadas, también significativas, en las que el beneficio como fin viene acompañado de otras aspiraciones, bastan para la refutación-falsación del principio de unicidad. La perspectiva financiera resulta, pues, no inapropiada pero sí insuficiente para aprehender en toda su complejidad la realidad de la misión empresarial.

El pensamiento sobre la misión debe, pues, desplazarse hacia la visión de la misma como algo de composición plural en detrimento de la singular en que se basa la perspectiva financiera. Y ello, tanto desde el punto de vista de los intereses que la configuran, como en la diversidad de grupos (“stakeholders”) en los que tales intereses están residenciados. Si bien es verdad que la aparición de intereses residenciados en grupos de personas no propietarias suele ser poco frecuente, debido al freno que supone para dicha incorporación el hecho, ya referido, de la asignación que el derecho positivo hace de la propiedad de la empresa, en cuanto unidad organizativa soberana, a favor de las personas físicas y/o jurídicas propietarias del capital social de la misma, o concepto equivalente, con el enorme poder que ello representa a efectos de control y toma de decisiones en la empresa.

4. La visión plural de la misión desde la perspectiva “stakeholders”: sus postulados, inconsistencias teóricas, limitaciones operativas y posibilidades de traslación efectiva a la configuración de la misión empresarial

La perspectiva “stakeholders” inicia su andadura en los años ochenta del pasado siglo con los trabajos de Freeman (1984) y Alkhafaji (1989), y desde el principio bajo la línea directriz del cuestionamiento ético de la búsqueda en exclusiva por la empresa de la satisfacción de los intereses de los accionistas, propio de la perspectiva financiera, en detrimento de la de otros grupos de personas constitutivos, junto con el de los propietarios, de los denominados “grupos de interés” o “stakeholders” de la empresa, a los que hemos hecho referencia con anterioridad.

Se defiende desde la misma (Postulado nº 1) que la satisfacción de los intereses de todos los “stakeholders” (propietarios o no propietarios) debe ser asumida por la empresa como parte de su misión, y ello desde el comportamiento ético, la empatía y la actitud colaborativa inter grupos, basada en la recíproca confianza, dejando así de ser considerados los intereses de los no propietarios simples medios en la búsqueda

de la optimización de los intereses de los propietarios (Postulado 1). Y, Postulado nº 2, reconociendo a los grupos constituidos por no propietarios, el derecho a participar en el establecimiento de la estrategia que busca el cumplimiento de la misión empresarial, de la que sus intereses forman parte (Evan y Freeman, 1988:76, 82; Freeman y Evan, 1990: 337–359).

Pero ocurre que el paso de la perspectiva financiera a la perspectiva “stakeholders” no es un “continuum” que lleve, sin mayor dificultad ni mayor problema, desde el postulado de unicidad y universalidad del beneficio de la primera a la concepción plural de la misión de la segunda; y pluralidad desde el doble punto de vista de los intereses a considerar y desde el de los grupos en los que los mismos están residenciados. Supone, por el contrario, un salto cualitativo (una ruptura) que pone en cuestión no sólo dos principios fundamentales del capitalismo –el que afirma que el único factor de creación de valor en la empresa es el capital; y el que afirma que los partícipes en dicho capital son las únicas personas relacionadas con la actividad de la empresa que afrontan con su inversión riesgo residual (Retolaza, 2013: 4)– sino también la estructura interna de poder en la empresa, al extender a otros grupos el derecho al gobierno y dirección de la empresa, reconocido en exclusiva a los propietarios de la misma. Barreras a las que hay que adicionar la falta de unanimidad entre las distintas corrientes de pensamiento en la aceptación de la fundamentación teórica de la perspectiva “stakeholders”, con intentos basados, primero en el imperativo categórico de la ética kantiana, después en la teoría rawlsiana de la justicia como equidad, y más recientemente en la teoría del bien común.

No obstante ello, entendemos que la mayor dificultad para el desarrollo efectivo en la empresa de los postulados de la perspectiva “stakeholders”, está en el poder omnímodo del grupo de los propietarios, producto de la asignación a éste por el derecho positivo de su propiedad. Por ello la esperanza hay que ponerla en que los propietarios sean capaces de apreciar y ver que, en las circunstancias actuales, si se aspira a la satisfacción de los intereses propios desde la empresa, y en forma sostenida, a tal poder–fuerza habrá que saber orientarlo y moderarlo en beneficio del conjunto: en una situación socioeconómica y política, la actual, en la que cada vez con mayor énfasis se defiende y pregona la dimensión social de la propiedad y, con ello, de la empresa en cuanto fuente de riqueza y bienestar, una postura receptiva y proactiva de la misma con sus “stakeholders”, unida a la visión y concepción de las relaciones desde una cada vez más acentuada visión ética, hay que entenderla, más que como una opción, como una auténtica necesidad si se aspira al desarrollo de la empresa en términos de sostenibilidad económica, medioambiental y social.

Viene en apoyo de ello la cada vez mayor y más intensa globalización de la actividad económica, con su cada vez mayor presión sobre los recursos naturales, reproducibles o no, y su innegable incidencia negativa sobre la sostenibilidad del sistema: la actitud competitiva a ultranza de las empresas en su lucha por los recursos y por los mercados se hace cada vez más irracional a largo plazo, contribuyendo todo ello a una visión

cada vez más crítica del capitalismo tradicional, al que se considera moralmente insostenible como sistema. En este orden de cosas, Bunge (2015), sin ignorar los méritos históricos del sistema capitalista, coincide en la necesidad del giro hacia una concepción ética de la economía y de la empresa, con la subsiguiente actitud comprensiva de los intereses de los grupos de no propietarios que encaminando a la empresa hacia la toma de decisiones desde la prudencia y la justicia, la aleje de la búsqueda prioritaria, cuando no exclusiva, de la satisfacción de los intereses del capital o, alternativamente, de la satisfacción de los intereses de los propietarios en las distintas facetas desde las que pueden actuar dentro de la empresa, con el consiguiente mayor equilibrio en la gestión y la mayor equidad en la distribución del valor creado.

Al hilo de lo anterior y como colofón de lo antes dicho, traemos a colación la postura de Charles Handy (1998), para el que la empresa debe evolucionar hacia el concepto de comunidad, en la que los trabajadores dejen de ser considerados un recurso más, se sientan miembros de ella y se integren en los órganos y procesos de decisión cruciales para la vida de la organización empresarial: el verdadero patrimonio de las empresas no son sus activos físicos sino su gente, dice el referido autor.

Pero a pesar de todos los pronunciamientos favorables y de que el devenir del mundo y la sociedad parezca que están jugando a favor de la confluencia (paulatina) entre postulados de la perspectiva “stakeholders” y realidad empresarial, es claro que el objetivo no es fácil de conseguir. Sobre todo, si se deja al albur de la voluntad de las partes sin que previamente, y por la vía del derecho, se produzcan las modificaciones pertinentes en los equilibrios de poder entre las partes que actualmente rigen en contextos de economía de mercado y libre empresa.

5. A manera de epílogo: postulados de la perspectiva “stakeholders” y definición de misión en INSA–ETEA

Para el autor, que ha vivido y convivido durante cerca de 45 años, primero como alumno y acto seguido como profesor, en la institución universitaria sin ánimo de lucro INSA–ETEA de Córdoba (España), no puede pasarle desapercibida la coincidencia entre lo que defiende la perspectiva “stakeholders” con sus postulados y la forma de organizarse y proceder de la institución en el periodo de vigencia de su actividad, que va de 1963 a 2013.

La visión de INSA–ETEA, institución universitaria de la Compañía de Jesús sin ánimo de lucro, como medio para la realización de la misión de la misma en términos de servicio de la fe y promoción de la justicia (Estatutos de INSA–ETEA, promulgados en enero de 1991, artº 6) en el ámbito de las ciencias económicas y sociales (artº 8) concibiendo, por demás, la prestación de tal servicio como factor integrador de todas las personas que trabajan en la misma (artº 7) puede entenderse, y así lo hacemos nosotros, expresión omnicomprensiva de defensa de los intereses de los distintos

grupos de personas afectados por la marcha de la institución y que pueden afectar con su conducta la marcha y la suerte futura de la misma. Pensamiento que, a mayor abundamiento, viene refrendado por el comportamiento de INSA-ETEA al respecto a lo largo del periodo de referencia, coincidente con la vida de la misma.

Durante el mismo, y sin solución de continuidad, la Institución supo incorporar a su misión los intereses de sus distintos grupos de interés ("stakeholders"), valga la redundancia, incluidos los de sus antiguos alumnos (Postulado nº 1 de la perspectiva "stakeholders"), y hacer efectiva la participación sostenida de los grupos-excluida, por razones operativas, la de los referidos antiguos alumnos-en la elaboración y establecimiento de las estrategias orientadas a la consecución sostenida de la misión en los distintos periodos de referencia. Y ello, mediante su incorporación a los órganos de gobierno responsables de la elaboración e implementación de las distintas estrategias generadas: el Consejo general de INSA-ETEA y la Comisión permanente del Consejo general (Postulado 2).

Exclusión hecha del grupo de interés constituido por los antiguos alumnos, cinco han sido los grupos de interés relevantes en la vida de INSA-ETEA, incluidos, de esta o aquella forma, en los antes referidos órganos colegiados de gobierno, a saber: a) el de los fundadores-proprietarios, representados por el presidente de INSA-ETEA, nombrado por el provincial en Andalucía de la Compañía de Jesús; b) El equipo directivo en sentido estricto, constituido por el director de INSA-ETEA, con amplios poderes notariales de la Compañía de Jesús, y los jefes de servicio. El primero nombrado por el padre provincial de entre una terna presentada al mismo por el Consejo general, y extraída, como norma, del grupo docente y de investigación; y los segundos, nombrados por el Consejo a propuesta del director, pertenecientes también, como norma, al personal docente y de investigación; c) el grupo constituido por el personal docente y de investigación, d) el grupo constituido por el personal administrativo y de servicios; e) el grupo constituido por el alumnado activo (los clientes), entendiéndose por tales a las personas matriculadas en alguna o algunas de las titulaciones impartidas por los centros de la institución.

- El Consejo general, máximo órgano de representación y participación en el gobierno de INSA-ETEA, estaba compuesto por: a) el presidente de INSA-ETEA; b) el director de INSA-ETEA; c) dos miembros designados por el padre provincial de entre el personal de la Institución; d) los directores de los centros universitarios de INSA-ETEA adscritos a la Universidad de Córdoba, nombrados por el Rector de la misma; e) los jefes de servicio (siete como máximo); f) los jefes de departamento, elegidos por los miembros de los respectivos departamentos; g) el presidente del Consejo de alumnos, nombrado por éstos con arreglo a sus normas de funcionamiento; h) tres miembros a elegir por votación directa entre el personal docente y de investigación; i) dos miembros a elegir por votación directa entre el personal de administración y servicios; j) cinco alumnos, elegidos por el colectivo con arreglo a sus normas de funcionamiento.

- La Comisión permanente del Consejo general, órgano colegiado de gobierno ordinario de INSA-ETEA, estaba compuesto por: a) el director de INSA-ETEA, que la preside; b) los directores de los centros universitarios; c) los jefes de servicio; d) los tres representantes del personal docente y de investigación del Consejo general; e) los dos representantes del personal de administración y servicios del Consejo general; f) el presidente del Consejo de alumnos; g) dos de los cinco alumnos pertenecientes al Consejo general.

Por razones de espacio no es posible la reproducción de las competencias atribuidas en los estatutos a los distintos órganos de gobierno, prueba fehaciente de la gran autonomía de gestión de nuestra institución. Baste por ello con lo siguiente: a) de todo lo potencialmente incluíble en poderes notariales de representación institucional, en los otorgados por la Provincia de Andalucía al director de INSA-ETEA, sólo quedaba excluida la compra-venta de bienes inmuebles y operaciones similares, cosa perfectamente comprensible; b) al Consejo general le correspondía la aprobación del plan anual de inversiones, de las contrataciones de personal y la aprobación del presupuesto de explotación, con la previa aprobación de la subida salarial, en su caso, y el establecimiento para el periodo anual de las tasas académicas. No tenía atribuciones para la creación ni eliminación de centros docentes, aunque sí para proponerlo a la entidad titular. Ni mucho menos la tenía, cosa también perfectamente comprensible, para promover la creación de una nueva universidad, la Universidad Loyola Andalucía, llamada a sustituir a INSA-ETEA, como es el caso en este relato.

INSA-ETEA es ya historia, y creo sinceramente que una historia de éxito basada, fundamentalmente, en la identificación con la institución de sus grupos de interés. E identificación producto a su vez de la filosofía “stakeholders”, presente en todo momento a lo largo de su larga y fructífera vida. La Institución ya *no es*, pero sería conveniente que su espíritu sobreviviera como ejemplo de *lo que debe ser*.

6. Bibliografía

- ALKHAFJI, A. F. (1989) *A Stakeholders Approach to Corporate Governance: Managing in Dynamic Environment*, Nueva York, Quorum Books.
- BUNGE, M. (2015) *El País, 17-01-2015*, Madrid.
- COMTE-SPONVILLE, A. (2003) *Diccionario de Filosofía*, Barcelona, Paidós.
- CORONA, J. y TÉLLEZ, J. (2011) *Empresa Familiar: aspectos jurídicos y económicos*, Bilbao, Deusto.
- CYERT, R. M. y MARCH, J. G. (1965) *Teoría de las decisiones económicas en la empresa*, México, Herrero Hermanos.
- EVAN, W. M. y FREEMAN, R. E. (1988) “A Stakeholder Theory of the Modern Corporation: Kantian Capitalism” en BEANCHAMP, T. y BOWIE, N. E. (ed.) *Ethical Theory and Business*, Prentice-Hall, Inc., Nueva Jersey, Englewood Cliffs.

- FERRATER MORA, J. (1994) *Diccionario de filosofía*, Barcelona, Ariel.
- FREEMAN, R. E. (1984) *Strategic Management. A stakeholder approach*, Boston, Pitman.
- FREEMAN, R. E y EVAN, W. M. (1990) "Corporate Governance: A Stakeholder Interpretation": *The Journal of and Behavioural Economic*, vol. 9, n° 4, pp. 337-359.
- FRIEDMAN, M. (1970) "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits": *New York Times Magazine*, septiembre, Nueva York.
- HANDY, Ch. (1998) *El Espíritu Hambriento: más allá del capitalismo*, Barcelona, Apóstrofe.
- HARTMANN, N. (1986) *Ontología II*, 2ª ed., Méjico, Fondo de Cultura Económica.
- MASLOW, A. (1991) *Motivación y Personalidad*, Madrid, Díaz de Santos.
- PADILLA, A. y SERAROLS, CH. (2006) "Las características del empresario y el éxito de las empresas puramente digitales": *ICE Tribuna de Economía*, n° 833.
- RAWLS, J. (1971) *Teoría de la justicia*, México, FCE.
- RETOLAZA, J. L. (2013) "Bien Común y Teoría de Stakeholder" [EBEN, Madrid, 19-20 de junio].
- SIMON, H. (1965) "Behavioral Model of Rational Choice": *Quarterly Journal of Economic*, n° 69.