

ECONOMÍA DE COMUNIÓN:

UNA VISIÓN ÉTICA DE LA EMPRESA A LUZ DE LA ENCÍCLICA CARITAS IN VERITATE

Ricardo Aguado

Doctor en Economía Aplicada, profesor titular y coordinador académico del Departamento de Economía en la Universidad de Deusto (Deusto Business School), en el campus de Bilbao. Investigador Principal del equipo *Humanism in Management and Economics* (HUME), reconocido por la UD, y miembro del grupo de trabajo sobre Pensamiento Social Cristiano de las Universidades Jesuitas en España (UNIJES) y del equipo de investigación HEST, coordinado y financiado por la Compañía de Jesús en Europa.

Leire Alcañiz

Doctora en Administración y Dirección de Empresas, miembro del departamento de Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Deusto, forma parte del equipo de investigación de Finanzas en Deusto Business School (UD). Ha realizado diversas estancias internacionales sobre la creación de valor basada en el capital intelectual y del valor social generado por las empresas.

Jabier Martínez

Doctor en CC. EE. y Empresariales (Competitividad Empresarial y Desarrollo Económico) por la Universidad de Deusto y Diploma de Estudios Avanzados en Economía (Análisis Económico y Economía Pública) por la Universidad del País Vasco. Es profesor del departamento de economía en la Universidad de Deusto y miembro del Equipo Directivo de la Administración Provincial de la Compañía de Jesús en España. Su investigación se ha centrado en el análisis de las políticas públicas y su relación con la sostenibilidad y el crecimiento.

RESUMEN

La Doctrina Social de la Iglesia (DSI) propone un modelo de empresa basado en el desarrollo humano integral de toda la persona y para todas las personas. En esta visión, al igual que en el planteamiento neoclásico, se remarca la importancia de la innovación, la creatividad y la generación de empleo. Adicionalmente, la DSI insiste en que la empresa atienda los intereses del conjunto de los partícipes sociales que se relacionan con la misma, teniendo en cuenta la sostenibilidad ambiental de su actividad. Como ejemplo de modelo de negocio que potencia estos principios y que nace desde la propia DSI, se introduce en Caritas in Veritate (CiV) el concepto de “economía de comunión”. La economía de comunión plantea la creación de empresas competitivas dentro de la economía de mercado, que a la vez incorporen criterios de solidaridad, reciprocidad y gratuidad en las relaciones económicas.

PALABRAS CLAVE

Economía de Comunión, Caritas in Veritate, Desarrollo Humano Integral, Solidaridad

CÓDIGO JEL/ JEL CODE

A12, A13, Z12

ECONOMY OF COMMUNION, A ETHICAL VISION OF THE COMPANY IN THE LIGHT OF CARITAS IN VERITATE

ABSTRACT

Catholic Social Thought (CST) proposes a model for firms that is based on the integral human development of each person and of all persons. In this vision, similarly to the neoclassical thinking, the importance of innovation, creativity and job creation are highlighted. Additionally, CST asks firms to deal with the interests of all stakeholders that interact with the firm, taking care of the environmental sustainability of its own activities. The concept of “economy of communion” is introduced in Caritas in Veritate (CiV) as an example of a business model that is based on CST principles. The economy of communion advises the creation of competitive firms in the market economy, which at the same time are able to integrate the concepts of solidarity, reciprocity and the logic of the gift inside economic activity.

KEYWORDS

Economy of Communion, Caritas in Veritate, Integral Human Development, Solidarity

1. INTRODUCCIÓN

La definición de economía que prevalece hasta nuestros días es la que en la primera mitad del siglo XX propusiera Robbins, “*la economía es la ciencia que estudia la conducta humana como una relación entre fines y medios escasos que tienen usos alternativos*” (Robbins, 1932). A partir de esta definición se ha conocido a la economía como la ciencia de la escasez, ya que debe establecer qué fines y qué medios se priorizan (y por qué razón) sobre otros. La economía pone en relación recursos escasos con necesidades o deseos que potencialmente pueden no tener límite. A la hora de buscar un fin para esos medios escasos, la economía propone un modelo de comportamiento para los agentes económicos basado en la racionalidad. De esta forma, la racionalidad económica dicta que cada individuo busca optimizar su bienestar (utilidad) individual, mientras que cada empresa busca optimizar el beneficio. De esa manera se alcanzará el nivel óptimo de bienestar a nivel social (Smith, 1776).

A finales del siglo XIX tiene lugar la aparición de la encíclica *Rerum Novarum* (León XIII, 1891), que es reconocida como la encíclica a partir de la cual surge la doctrina social de la Iglesia (DSI). Desde entonces, tanto la ciencia económica, como la DSI y la realidad socioeconómica no han dejado de evolucionar y de proponer distintos modelos de comportamiento para los agentes económicos, basándose en diferentes visiones sobre la finalidad y los objetivos de los partícipes que en ella interactúan.

En la segunda sección del artículo analizaremos los conceptos de empresa y de mercado efectuados en la encíclica *Caritas in Veritate (CIV)* (Benedicto XVI, 2009) en el marco de la DSI. En la tercera sección introduciremos la idea de “economía de comunión”, desarrollada a partir de los años 90 del siglo XX por el movimiento católico de los foculares y que ha sido acogida por más de 800 empresas que compiten en el mercado en distintos países del mundo. El artículo se cierra con un apartado de conclusiones.

2. EL PAPEL DE LA EMPRESA Y EL MERCADO EN LA ENCÍCLICA CARITAS IN VERITATE

2.1. La empresa y el mercado en la doctrina social de la Iglesia

La encíclica *CiV* se integra dentro de la DSI. La DSI nace a finales del siglo XVIII con la carta encíclica *Rerum Novarum* (León XIII, 1891), comenzando así un proceso en el que se plantea un marco económico, social y político desde el magisterio de la Iglesia católica. A partir de ese momento se pueden diferenciar dos etapas divididas por el Concilio Vaticano II (1962-1965). El Concilio Vaticano II es un punto de inflexión en la DSI ya que supone la renovación de la Iglesia, abriéndose al mundo contemporáneo, principalmente en lo referente a tres puntos

clave: la relación entre la fe y las ciencias modernas, la relación entre la Iglesia y el Estado y la tolerancia religiosa (Benedicto XI, 2005).

El primer periodo comienza con la encíclica *Rerum Novarum*, sobre la situación de los obreros, publicada en pleno proceso de industrialización en lo que hoy en día es el mundo desarrollado. Esta encíclica recoge los principales acontecimientos de la época como la urbanización, la situación del proletariado y la pobreza, y promovía los derechos de los trabajadores y un nivel salarial que permitiera una vida digna para las familias. Cuarenta años después, Pío XI en 1931 publica la carta encíclica *Quadragesimo Anno* donde desarrolla la situación socioeconómica tras la Gran Depresión, el comunismo y el advenimiento de los incipientes regímenes de corte fascista que germinaban en Europa. El mensaje principal de la encíclica pone de relieve el papel de la justicia social y la caridad como principios que rijan a las instituciones públicas y la vida social. El objetivo era el impulso de un orden social y jurídico que promoviera la armonización entre el interés particular y el bien común. Asimismo, *Quadragesimo Anno* propone el principio de subsidiariedad como guía para la intervención de los Estados.

Las encíclicas *Mater et Magistra* (Juan XXIII, 1961) y *Pacem in Terris* (Juan XIII, 1963) tienen lugar en plena preparación y desarrollo del Concilio Vaticano II y tratan, entre otros, los puntos clave del momento histórico en que ven la luz, como son los avances tecnológicos y la carrera armamentística entre las dos superpotencias (Estados Unidos y la ya desaparecida Unión Soviética) con el riesgo de evolucionar en una guerra nuclear. Esto da lugar al mensaje de Juan XXIII que es, por un lado, de condena de las desigualdades sociales, tanto a nivel nacional (por las diferencias en la generación de renta entre la agricultura, la industria y el sector servicios), como en el plano mundial (por las diferencias de ingreso entre los países dependiendo del nivel de desarrollo económico). Por otro lado, Juan XXIII por medio de sus encíclicas proporciona un mensaje que refuerza la protección de los derechos humanos y las responsabilidades sociales.

El propio Concilio Vaticano II da lugar a la constitución pastoral *Gaudium et spes* (1965). Aquí se trata el papel de la Iglesia en el mundo contemporáneo, promoviendo un cambio en la DSI para adaptarse y hacer frente a los cambios sociales, psicológicos, políticos, económicos, científicos, morales y religiosos. Se asientan las bases del desarrollo humano desde el punto de vista de la Iglesia, que debe ser integral y solidario, poniendo coto a las desigualdades económicas y sociales. Y destaca, en primer lugar, el papel del trabajo y de la participación de la persona en la empresa y la economía y, en segundo lugar, el destino universal de los bienes.

Es en el periodo tras el Concilio cuando surge la carta encíclica *Populorum Progressio* (Pablo VI, 1967), que hace incidencia en la cada vez mayor brecha entre naciones ricas y pobres y en el desarrollo como herramienta para conseguir la paz. A partir de esta encíclica la DSI se ha centrado en gran medida en el concepto de desarrollo humano, tanto a nivel individual como social, a través de las encíclicas conmemorativas de PP, *Sollicitudo rei Socialis* (Juan Pablo II, 1987) y de *Caritas in Veritate* (CIV) (Benedicto XVI, 2009) sobre el desarrollo humano integral en la caridad y en la verdad. Ambas ponen énfasis en la persistencia del subdesarrollo. Mientras que en *Sollicitudo* se critica la existencia de dos bloques económicos, políticos y

militares antagónicos (bloque capitalista vs bloque comunista), en CiV se hace referencia al proceso de globalización económica y a los efectos sociales de la crisis financiera que comenzó en el años 2007 y 2008. CiV promueve que las fuerzas sociales y económicas más poderosas estén al servicio de un desarrollo más humano, y que abarque al mayor número de personas posible. Dado que CiV es el hilo conductor de este artículo, desarrollaremos en mayor profundidad el carácter socioeconómico de esta encíclica en un punto posterior.

Finalmente, en 2015, poco antes de que tuviese lugar la conferencia de las Naciones Unidas sobre cambio climático, se publicó la carta encíclica *Laudato si* (Francisco I) que trata sobre los problemas medioambientales y se dirige a todas las personas preocupadas por la situación medioambiental del planeta Tierra.

2.2. La encíclica *Caritas in Veritate*

La encíclica *Caritas in Veritate* (CiV) se reconoce como continuadora de la encíclica *Populorum Progressio*, publicada por Pablo VI en 1967. En ambas encíclicas se desarrolla de manera central el concepto de “desarrollo humano integral” (CiV nº8), con amplias referencias al rol de la empresa y del mercado. La encíclica propone el principio de la *caridad en la verdad* como piedra angular de todo el edificio de la doctrina social de la Iglesia (CiV nº6), y como base también de la misma encíclica. Se destacan dos criterios para orientar el desarrollo humano integral: la justicia y el bien común (CiV nº7). Ambos orientarán, también, la reflexión sobre la empresa y el mercado.

La visión que Benedicto XVI propone sobre el desarrollo en *Caritas in Veritate* es eminentemente positiva. Recoge la idea expresada previamente por Pablo VI quien “*indicó en el desarrollo, humana y cristianamente entendido, el corazón del mensaje social cristiano*” (CiV nº13). Este desarrollo, además, “*debe ser integral, es decir, promover a todos los hombres y a todo el hombre*” (CiV nº18). Frente a concepciones meramente técnicas, científicas o amorales del desarrollo, propone que su mismo centro sea la caridad, la fraternidad entre las personas y los países (CiV nº20).

La encíclica reconoce que el proceso de globalización y los avances tecnológicos, junto con la desaparición de la política de bloques, han propiciado un aumento del crecimiento económico. Benedicto XVI señala que “*la riqueza mundial crece en términos absolutos, pero aumentan también las desigualdades*” (CiV nº22). La encíclica señala que fruto de estas desigualdades coexisten estilos de vida consumistas y derrochadores junto con situaciones de miseria deshumanizadora, inseguridad alimentaria y dificultades en el acceso al agua (CiV nº27). Profundizando en la línea de la sostenibilidad social del desarrollo, la encíclica critica la reducción de los derechos de los trabajadores y la renuncia consciente a la distribución de la renta con el objetivo de incrementar la competitividad de un país a nivel internacional en el corto plazo (CiV nº32). La obsesión por conseguir resultados económicos en el muy corto plazo exigiría una “*nueva y más profunda reflexión sobre el sentido de la economía y sus fines*”, así como el progresivo deterioro medioambiental del planeta, también víctima de este cortoplacismo (CiV nº32).

La encíclica analiza, igualmente, el papel de la empresa y del mercado. En primer lugar, la encíclica reconoce en el mercado la *“institución económica que permite el encuentro entre personas [...] que intercambian bienes y servicios de consumo para satisfacer sus necesidades y deseos”* (CiV nº35). Sin embargo, *“la exigencia de la economía de ser autónoma, de no estar sujeta a ‘injerencias’ de carácter moral, ha llevado al hombre a abusar de los instrumentos económicos, incluso de manera destructiva”* (CiV nº34). Como se subraya en la sección 1, en la concepción neoclásica de la economía no hay lugar para el cuestionamiento moral. La consecución del mayor bienestar para la sociedad se consigue siguiendo ciegamente la *racionalidad* económica del *homo economicus*, consistente en la optimización del beneficio (para las empresas), o bien la optimización del bienestar (para el individuo-consumidor). Con el paso del tiempo, este comportamiento egoísta basado en la optimización ha desembocado en *“sistemas económicos, sociales y políticos que [...] no han sido capaces de asegurar la justicia que prometían”* (CiV nº34).

Benedicto XVI propone un cambio en el objetivo de la actividad económica para orientarla a la consecución del bien común (CiV nº36). De esta manera, *“toda decisión económica tiene consecuencias de carácter moral”* (CiV nº37). Existe, entonces, un espacio para la moralidad dentro de las decisiones que se toman en el mercado. Las empresas, por ejemplo, pueden elegir entre mantener comportamientos egoístas-optimizadores, o bien pueden optar *“libremente por ejercer su gestión movidas por principios distintos al del mero beneficio, sin renunciar por ello a producir valor económico”* (CiV nº37).

Benedicto XVI propone a los agentes económicos que actúan en el mercado que no sólo actúen con respeto a los principios tradicionales de la ética social, como la transparencia, la honestidad, la responsabilidad y el respeto a la legalidad, sino que también den cabida al principio de la gratuidad dentro de la actividad económica ordinaria (CiV nº36). Esta propuesta es contraria al funcionamiento del mercado según el pensamiento neoclásico, basado en el egoísmo individual (consumidor) u organizacional (empresa). Sin embargo, la propuesta entronca con una concepción económica donde la caridad (*caritas*) ocupa un lugar preferente no solamente fuera o después de la actividad económica (en la vida familiar y social, por ejemplo), sino desde el comienzo de esa actividad y durante todo el proceso económico. La búsqueda del desarrollo integral por medio del mercado debe seguir los dos principios básicos mencionados al comienzo de esta sección, la justicia y el bien común. Para ello es necesario apoyar la *“apertura progresiva en el contexto mundial a formas de actividad económica caracterizadas por ciertos márgenes de gratuidad”* (CiV nº39).

Esta concepción del funcionamiento del mercado se complementa con una serie de propuestas renovadoras sobre el modo de entender la empresa. Estas propuestas entroncan con el cuerpo de la doctrina social de la Iglesia, así como con nuevas formas de entender la empresa desde la ciencia económica (Friendland, 2009; Thatchenkery et al., 2010; Hamschmidt y Pirson, 2011; Kimakowitz et al., 2011; Dierksmeier, 2015). La encíclica propone que la empresa no se conforme con responder de manera exclusiva a las expectativas de lucro de los inversores, sino que también considere su dimensión social. Por un lado, *“la gestión de la*

empresa no puede tener en cuenta únicamente el interés de sus propietarios, sino también el de todos los otros sujetos que contribuyan a la vida de la empresa: trabajadores, clientes, proveedores de los diversos elementos de producción, la comunidad de referencia" (CiV nº40). Por otro lado, la empresa debe orientar su finalidad hacia el bien común y su propia sostenibilidad en el largo plazo, evitando que la especulación y el beneficio inmediato se conviertan, *de facto*, en los verdaderos objetivos de la empresa.

3. LA ECONOMÍA DE COMUNIÓN Y CARITAS IN VERITATE

Como hemos visto en las secciones anteriores, frente a una concepción amoral basada en la optimización del beneficio empresarial o del bienestar individual, la doctrina social de la Iglesia y, más concretamente, la encíclica *Caritas in Veritate* retoma la idea del desarrollo humano integral. Este tipo de desarrollo reclama el componente moral de las decisiones tomadas por los agentes económicos en el mercado y pide que esas decisiones se orienten desde la justicia y el bien común. A nivel de empresa, la encíclica propone superar la optimización del beneficio como objetivo único de la empresa y considerar la dimensión social y ambiental de la misma, teniendo en cuenta a todos los partícipes sociales de la misma (no solamente a los inversores), a la comunidad donde desarrolla su actividad y el servicio al bien común. Benedicto XVI cita expresamente a la economía de comunión para poner de manifiesto cómo es posible *"concebir la ganancia como un instrumento para alcanzar objetivos de humanización del mercado y de la sociedad"* (CiV nº46). En concreto, Benedicto XVI se refiere a un tipo de agentes económicos con vocación de obtener beneficio económico constituidos por organizaciones que, no obstante, *"suscriben pactos de ayuda a países atrasados; por fundaciones promovidas por empresas concretas; por grupos de empresas que tienen objetivos de utilidad social; por el amplio mundo de agentes de la llamada economía civil y de comunión"* (CiV nº46).

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

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

El año 1991 es clave para el movimiento. A nivel internacional, el muro de Berlín había caído unos años antes, y con él la ideología comunista. Juan Pablo II acababa de publicar su encíclica *Centesimus Annus*, de un marcado carácter social. Clara Lubich, durante su visita a Brasil en ese mismo año, conmovida por el contraste entre los rascacielos y las *favelas* en San Pablo, urge a la creación de nuevas empresas para producir trabajo y recursos y, mediante estas empresas, contribuir a “sacar a los pobres de su condición y formar hombres nuevos” (Ferrucci, 2011).

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

Sin embargo, la economía de comunión no humaniza el mercado y la sociedad únicamente mediante el reparto del beneficio. Igualmente importante en esta tarea es la idea de reciprocidad, ya que es la que anima este reparto de la ganancia económica y, en general, la manera de gestionar la empresa que funciona dentro del esquema de la economía de comunión (Zamagni, 2002). La reciprocidad difiere tanto del altruismo como de la transacción de mercado. El comportamiento altruista observa a la persona en necesidad como alguien que carece de los medios para progresar por sus propios medios, por lo que podría generar dependencia en quien recibe la ayuda. Por otro lado, la transacción de mercado requiere de una equivalencia exacta entre el valor de los bienes y servicios intercambiados. En contraste, la reciprocidad requiere que tanto la persona que da como la que recibe contribuyan con algo a ese intercambio, aunque sus contribuciones sean de un valor desigual. A la hora de ayudar a personas necesitadas, se establece una relación de reciprocidad entre estas personas y la empresa que opera en economía de comunión de la siguiente manera: las personas contribuyen a la relación compartiendo sus necesidades, mientras que la empresa contribuye con parte de su beneficio, generándose una sensación de comunidad y de confianza recíprocas que elimina la posibilidad de actitudes paternalistas (Buckeye et al., 2011). Las necesidades y la parte del beneficio compartidas tienen el mismo valor en esta relación (Mundell, 2011).

En la actualidad, unas 800 empresas ubicadas por distintos países y continentes funcionan según estos principios, muchas de ellas agrupadas en parques industriales específicos (Asociación Internacional por una Economía de Comunión – AIEC, 2016). Las empresas de EdC normalmente son pequeñas o medianas empresas, pues resulta complicado encontrar inversores que quieran mantener el espíritu de la EdC. Las empresas pertenecen a distintos

sectores de actividad, como por ejemplo: consultoría, banca, seguros, reciclaje, ingeniería y venta al por menor, entre otros. Además, pueden tener distintas formas societarias como sociedades limitadas, asociaciones o cooperativas (Gallagher and Buckeye, 2014).

La economía de comunión, entonces, no solamente busca la competitividad en el mercado, sino que también tiene en cuenta las necesidades de las personas en situación de pobreza (Gold, 2010, 2013). Adicionalmente, la EdC también influye en la manera en que las empresas son gestionadas: mostrando confianza en suministradores y clientes, no despidiendo automáticamente trabajadores para ajustar la cifra de beneficio, contribuyendo al desarrollo personal y profesional de los trabajadores, entendiendo a los stakeholders como co-generadores de valor para el cliente final, buscando un impacto positivo para las comunidades locales en las que se asienta y estableciendo compromisos de largo plazo con los partícipes sociales que permitan un beneficio mutuo basado en la transparencia y la confianza. Es decir, frente a la lógica del beneficio se impone la fraternidad también en la esfera económica, permitiendo la personalización y la gratuidad (comunión) en las relaciones de mercado (Bruni y Zamagni, 2004). Se trata de colocar la cultura del dar y del amor en el centro de la actividad económica y de la empresa, dentro de la economía de mercado (Bruni y Uelmen, 2006).

La EdC está muy relacionada con la espiritualidad de los focolares. No se trata de una espiritualidad reducida a una ética empresarial o económica. Es una espiritualidad que busca la santificación de las personas también a través de la vida económica ordinaria, no solamente a través de la vida social que viene después de la vida profesional. Esta espiritualidad está basada en dos pilares fundamentales. El primero de ellos es el mandamiento del amor: *“Os doy un mandamiento nuevo: amaos los unos a los otros como yo os he amado”* (Jn 15, 12-13). En este mandamiento descubrieron los focolares el amor de Dios por cada persona, a la vez que la necesidad de practicar esa misma calidad del amor de Dios por cada persona entre los miembros de la comunidad y el resto de la sociedad. De esa manera empezaron a compartir sus miedos, preocupaciones, alegrías, posesiones, bienes materiales y espirituales (Uelmen, 2010). El segundo pilar es la unidad. A partir de la última oración de Jesús antes de morir *“para que todos sean uno”* (Jn 17,21), el deseo de permanecer en la unidad ha permanecido como una de las columnas vertebrales del movimiento focolar. Unidad de cada persona con Dios, unidad entre las personas que forman la comunidad y unidad con el resto de la sociedad. (Uelmen, 2010).

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

Todo ello se traduce en organizaciones con mucha comunicación interna, relaciones de calidad entre las personas, puesta en común desinteresada de conocimientos entre distintos

sectores (por ejemplo: labores de consultoría estratégica gratuita entre las empresas), relaciones justas con clientes y proveedores y valoración de la colaboración mutua entre partícipes sociales. Junto a la economía de comunión han aparecido otros modelos de negocio que se desmarcan de la empresa tradicional: B-cops, economía azul, economía de solidaridad, economía social, economía del bien común y otros. En algunos casos estos modelos tratan de enfatizar la sostenibilidad ambiental (economía azul) y/o la sostenibilidad social (B economy, economía de solidaridad, del bien común y social). En todos los casos se señala la importancia de lograr una sostenibilidad económica suficiente como para permanecer dentro del mercado competitivo (Alcañiz y Aguado, 2017).

Aclaremos que, aunque las empresas de EdC buscan el bien de la sociedad a través de la actividad económica en un mercado competitivo, no pertenecen a la denominada economía del bien común. Esta iniciativa (la economía del bien común) ha sido desarrollada por Christian Felber y está basada en empresas privadas que, en lugar de competir en busca de una mayor tasa de beneficio, colaboran entre ellas para conseguir el mayor bien común para la sociedad en su conjunto (Felber, 2012). En este modelo, el bien común es definido a través de la aportación que cada empresa realiza a sus partícipes sociales en las siguientes dimensiones: dignidad humana, solidaridad, sostenibilidad ecológica, justicia social y participación democrática y transparencia. Cada empresa realiza un balance del bien común aportado a la sociedad a través de su actividad económica, que se hace público, y que sirve de guía al consumidor para trasladar su demanda a aquellas empresas que más aporten al bien común (Felber, 2015).

Ambos tipos de economías (economía de comunión vs economía del bien común) difieren en una serie de puntos clave. En primer lugar, la economía del bien común se preocupa, principalmente, de los partícipes sociales de la empresa a nivel económico, social y medioambiental. Sin embargo, la EdC centra su atención en las personas pobres. Su objetivo consiste en mejorar la calidad de vida de las personas que viven en pobreza a través de la actividad económica. Mediante la EdC se les ayuda a incorporarse a empresas en funcionamiento o a crear negocios (a nivel familiar o comunitario) a través de los cuales puedan conseguir una renta, un desarrollo personal y profesional y una mayor autoestima; en general, un desarrollo humano integral. En segundo lugar, y para poder conseguirlo, la EdC especifica un reparto del beneficio especial, en el que como se ha comentado anteriormente, un tercio se reinvertirá para posibilitar la sostenibilidad de la empresa a largo plazo, y dos tercios se dedican al objetivo de la EdC, tanto en la difusión de su cultura como socorriendo a las personas en situación de necesidad. Por último, volvemos a destacar que en la base de la EdC se encuentra la lógica del don y la gratuidad en las relaciones económicas.

4. CONCLUSIONES

Una de las principales aportaciones que propone *Caritas in Veritate* consiste en reintroducir la moralidad en la actividad económica y en la gestión de las empresas, específicamente. Benedicto XVI propone como guías de comportamiento en CiV la justicia y el bien común. Atendiendo a estos dos principios será posible hacer contribuciones positivas desde la economía al desarrollo humano integral, que atiende a toda la humanidad (no sólo al mundo desarrollado) y en todas las facetas del ser humano (no sólo, aunque también, en la material).

La economía de comunión se configura como un espacio privilegiado para generar este desarrollo humano integral. Junto con la preocupación por la competitividad y el beneficio, la empresa busca la obtención del bien común a través de la fraternidad con las personas en necesidad y de una gestión de la empresa dentro de la cultura de la reciprocidad y la gratuidad. En relación a las interacciones de mercado con los clientes, suministradores u otros partícipes sociales, el principio de reciprocidad se aplica sencillamente siguiendo la regla de tratar a los demás como la empresa misma querría ser tratada. En la práctica, esto significa que las empresas de EdC, al interactuar con otros stakeholders, se ponen en el lugar de cada uno de ellos con el objetivo final de establecer una relación estable en el largo plazo, basada en la confianza mutua. En muchos casos, esto significará renunciar a optimizar el beneficio a corto plazo por una perspectiva de largo plazo que contemple beneficios mutuos para la empresa y para cada partícipe social, ya sean estos clientes, trabajadores o suministradores.

De este modo, podemos concluir que la idea de utilizar el beneficio económico como instrumento para contribuir a la humanización del mercado y la sociedad no se refiere únicamente a la dimensión de compartir un tercio del beneficio económico con las personas necesitadas. La economía de comunión fomenta involucrar en la creación de riqueza a personas desfavorecidas, bien poniendo en marcha iniciativas empresariales nuevas, bien sumándose a proyectos empresariales comenzados por otros. Y esta creación de riqueza o de valor se promueve en condiciones de libre mercado, compitiendo con otras empresas, buscando una relación de largo plazo basada en la confianza con el resto de los partícipes sociales y contribuyendo al bienestar social.

Así, las relaciones de fraternidad y de justicia no se viven únicamente al margen de la actividad económica (en la vida familiar o social), sino también durante la vida laboral y las transacciones económicas. De esa manera, la vida de las personas puede formar un continuo moral en todas las esferas de la vida (profesional, económica, familiar, social) y contribuir al desarrollo humano integral para todas las personas y en todas las facetas del ser humano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcañiz, L. y Aguado, R. (2017): "New business models: beyond the shareholder approach", Academy of Management Annual Meeting 2017 proceedings, disponible en: <http://www.aom.org>.
- Asociación Internacional por una Economía de Comunión – AIEC (2016): Memoria EdC 2014-2015. Encarte Editorial.
- Benedicto XVI (2005): Discurso del Santo Padre Benedicto XVI a los cardenales, arzobispos, obispos y prelados superiores de la curia romana, Jueves 22 de diciembre de 2005, disponible en: https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/speeches/2005/december/documents/hf_ben_xvi_spe_20051222_roman-curia.html (consultado 5 Junio 2016).
- Benedicto XVI (2009): Caritas in veritate, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 2 Junio 2016).
- Bruni, L. y Uelmen, A. (2006): "Religious values and corporate decision making: the economy of communion Project". Fordham journal of corporate & financial law Vol XI pp. 645-680.
- Bruni, L. y Zamagni, S. (2004): "The Economy of Communion: Inspirations and Achievements", Finance & The Common Good/Bien Commun nº 20 pp. 91-97.
- Buckeye, J.G.; Gallagher, J.B. and Garlow, E. (2011): "Mundell & Associates, Inc.: Manageing When Faith Really Matters", Case Research Journal, 2(XXXI): 41-55.
- Concilio Vaticano II (1965): Gaudium et spes, Constitución pastoral, disponible en <http://w2.vatican.va/content/vatican/it.html> (consultado 15 Mayo 2016)
- Dierksmeier, C (2015): "Human dignity and the business of business", Human Systems Management, 34: 33-42.
- Felber, C. 2012. La economía del bien común. Deusto S.A. Ediciones, Barcelona.
- Felber, C. 2015. Change Everything. University of Chicago Press Economics Books, Chicago.
- Ferrucci, A. (2011): "Veinte años de EdC: una historia de amor entre el cielo y la tierra" disponible en <http://www.edc-online.org/es/publicaciones/ponencias-en-congresos/> (consultado 21 de Marzo 2017)
- Francisco I (2015): Laudato Si, Encíclica, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 2 Junio 2016).
- Friendland, J (ed) (2009): Doing well and good. The human face of the new capitalism. IAP, Charlotte.
- Gallagher, J. and Buckeye, J. (2014): Structures of Grace, The Business Practices of the Economy of Communion. New City Press, NY.

- Gold, L. (2010): *New Financial Horizons. The Emergence of an Economy of Communion*. New City Press, New York
- Gold, L. (2013): "Economy of communion", en Bruni, L. & Zamagni, S. (Eds.) *Handbook on the Economics of Reciprocity and Social Enterprise*: 112-120. Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham (UK).
- Hamschmidt, J. y Pirson, M. (2011): *Case studies in social entrepreneurship and sustainability*. Greenleaf Publishing, Sheffield
- Juan Pablo II (1987), *Sollicitudo Rei Socialis*, Encíclica, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 2 Junio 2016).
- Juan XXIII (1961), *Mater et Magistra*, Encíclica, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 2 Junio 2016).
- Juan XXIII (1963), *Pacem in Terris*, Encíclica, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (accedido 2 Junio 2016).
- Kimakowitz, E.; Pirson, M.; Spitzbeck, H; Dierksmeier, C. and Amann, W. (2011): *Humanistic Management in Practice*. Palgrave Mc Millan, Hounmills.
- León XIII (1891): *Rerum novarum*, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 2 de Junio 2016).
- Lubich, Ch. (2007): *Essential Writings: Spirituality, Dialogue, Culture*. New City Press, New York.
- Mundell, J.A. (2011): "The economy of communion businesses and corporate social responsibility", conferencia pronunciada en el Congreso *The Economy of Communion and the African Economic Vocation – Theory and Best Practice*, Catholic University of Eastern Africa, Nairobi, Kenya.
- Pablo VI (1967): *Populorum Progressio*, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 8 de Marzo 2016).
- Pío XI (1931): *Quadragesimo Anno*, Encíclica, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 8 de Marzo 2016).
- Robbins, L. (1932): *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, MacMillan and Co Ltd, Lodon.
- Smith, A. (1776): *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Strahan y Cadell, London
- Thatchenkery, T.; Cooperrider, D.L. and Avital, M. (2010): *Positive design and Appreciative Construction: From Sustainable Development to Sustainable Value*. Emerald Books, Bingley.

- Uelmen, A. (2010): "Caritas in veritate and Chiara Lubich: human development from the vantage point of unity". *Theological studies*, 71: 29-45.
- Zamagni, S. (2002): "On the Foundation and Meaning of the 'Economy of Communion' experience", en Bruni, L. (ed): *The Economy of Communion: 130-140*, New City Press, NY.