

La empresa es una respuesta social para la satisfacción del *Imperativo Económico*

José Luis Fernández Fernández

Los antropólogos culturales insisten en señalar como uno de los rasgos definidores de la realidad humana lo que ellos denominan el *Imperativo Económico*. Con este concepto, más o menos, vienen a querer decir que el ser humano ha de procurarse los medios y la manera de satisfacer sus necesidades. Ya se trate de las más básicas y perentorias -comida, cobijo...-; ya nos refiramos a otras mucho más sofisticadas.

Si no fuéramos como somos –corpóreos y carenciales-, no conoceríamos ni la dimensión económica. Remedando a Aristóteles –“Ni los dioses ni los brutos se plantean cuestiones éticas”... - cabría afirmar, en paralelo, que si fuéramos ángeles, espíritus puros, no necesitaríamos organizarnos para obtener recursos con qué cubrir nuestras necesidades. No haría falta ni producir bienes ni distribuir nada de lo producido... pues la dimensión económica de la vida no sería un dato antropológico.

Ahora bien, siendo así que la dimensión económica de la vida humana es algo incontrovertible, cabría dejar sentada como hipótesis de trabajo una doble afirmación. De una parte, que la empresa –*lato sensu* entendida- es una institución que se ancla de manera inmediata y natural en la esencia del vivir humano. Y de otra, que mediante ella –en sus múltiples y variadas configuraciones: desde el grupo de cazadores paleolítico, al equipo de ingenieros que desarrolla programas informáticos de última generación- es como ha buscado la humanidad emplear sus capacidades de manera eficaz; coordinar los esfuerzos de modo eficiente; y buscar resultados óptimos, a partir de unos recursos escasos por definición y susceptibles de usos alternativos.

La empresa, en puridad, no es sino un grupo de personas, coordinado, en busca de un objetivo común, en el marco amplio del *Imperativo Económico* –producir riqueza y distribuirla, de manera que el grupo satisfaga sus necesidades de la manera más cumplida posible.

La empresa, en consecuencia, es una realidad cultural, sí. Pero que brota de manera inmediata a partir de la raíz antropológica. Es, por tanto, una respuesta social a una necesidad natural que, a fin de cuentas, viene a estar conformada por personas orientadas al servicio de personas.

Estas consideraciones antropológico-económicas, por abstrusas que puedan parecer a primera vista, en definitiva son la base –el *principio y fundamento*- sobre las que hayamos de hilvanar con alguna solvencia nuestro discurso sobre la Responsabilidad Social de la Empresa.