



Universidad Alberto Hurtado
Facultad de Filosofía y Humanidades
Departamento de Filosofía

ÉTICA DISCURSIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Tesis para optar al grado de Licenciado en Filosofía

Por

Ramón Santelices Tello

Director de tesis: Diego García Monge

Santiago, Chile

2017

ÉTICA DISCURSIVA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

Contenido

Contenido	1
1. INTRODUCCIÓN.	3
Actualidad del tema como parte de la ética aplicada, y resumen de la investigación.	3
Explicación de términos.....	5
Sinopsis.....	8
Lo legalmente permitido y la ética.....	10
Comportamiento ético de la empresa y la confianza.....	10
2. BREVE ACERCAMIENTO A LA ÉTICA COMO SABER.....	12
Diferencias entre ética y moral.....	12
3. LA ÉTICA EMPRESARIAL ES PARTE DE LA ÉTICA APLICADA.....	16
3.1. Génesis, algunas tendencias y fundamentaciones filosóficas de la ética empresarial.....	16
Ética en la época contemporánea.....	17
Ética aplicada.....	19
Ética cívica.....	20
3.2. La ética empresarial como parte de la ética aplicada, su relación e influencia mutua con la ética cívica.....	23
Ética empresarial como fenómeno inductivo.....	26
3.3. Algunos elementos de la ética cívica incorporados a la ética empresarial.....	27
Principio de originalidad de la cultura de la empresa.....	29
El trabajo en la ética empresarial.....	30
3.4. Conciencia en la organización de los objetivos de la empresa y de su incorporación en su ética como orientadora de las decisiones y actos.....	32
Dignidad de la persona.....	33
Acción dialógica da valor universal a los principios éticos empresariales.....	33
3.5. La racionalidad discursiva en la ética empresarial y su universalización.....	35
Exigencias fundamentales y función del discurso argumentativo en la ética empresarial dialógica.....	35
Ética de imperativos categóricos, y ética dialógica argumentativa.....	36
Características de la acción dialógica racional de la ética discursiva.....	39
Estrategia y algunas exigencias de la acción dialógica.....	40
Interlocutores que validan la acción dialógica argumentativa de la ética.....	43
La acción dialógica asegura la universalidad de los principios éticos.....	44
Phrónesis, disposicionalidad, universalidad y particularidad, de la acción dialógica.....	46

3.6. Interlocutores válidos en la acción dialógica de la ética y la acción comunicativa como medio de diseñar la ética empresarial.	47
Autonomía, identidad y diálogo.....	47
Los interlocutores válidos.....	49
Universo de interlocutores válidos.....	50
Universalidad del mínimo exigible.....	52
Disposicionalidad.....	52
Racionalidad y responsabilidad de la ética discursiva.....	53
Justicia y prudencia en la ética empresarial dialógica o discursiva.....	53
La justicia, virtud universal de la ética empresarial.....	54
3.7. La confianza, don resultante de la ética empresarial.	56
Construcción de condiciones para la confianza.....	56
Relación entre publicidad de principios éticos de la empresa y confianza.....	57
Ética discursiva de la empresa y confianza.....	59
4. ÉTICA EMPRESARIAL COMO RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	60
4.1. Ética de responsabilidad, no de convicción. Fundamento y dimensiones de la responsabilidad de la empresa.....	60
La responsabilidad en la ética discursiva empresarial.....	61
La responsabilidad social es corporativa.....	62
Fundamento de la responsabilidad social de la empresa.....	63
Ámbitos de responsabilidad social de la empresa.....	64
Responsabilidad ambiental.....	64
4.2. Milton Friedman, la ética y la responsabilidad social.....	65
4.3. Racionalidad de la exigibilidad de la responsabilidad social en la ética empresarial.....	70
Responsabilidad social consustancial a la ética empresarial.....	70
La justicia en la ética de responsabilidad social.....	71
Horizonte de la responsabilidad social.....	71
La responsabilidad social con el medio ambiente.....	72
5. CONCLUSIONES.....	74
BIBLIOGRAFÍA.....	77

1. INTRODUCCIÓN.

Actualidad del tema como parte de la ética aplicada, y resumen de la investigación.

La empresa es la institución de la organización cívica que mayor relevancia está cobrando permanentemente en la sociedad desde la segunda mitad del siglo XX. Desde cierta perspectiva de la acción constituye “el núcleo básico a partir del cual se organizan las sociedades en los países postcapitalistas”, tanto por la influencia que ejerce en las personas con su actividad y productos, como en la obtención de mayor bienestar o de su pérdida, perceptible en los más variados fenómenos al alcance de su mano, determinando cada vez más comportamientos humanos en un mayor número de campos de su actividad, en muchas ocasiones determinando todas las alternativas entre las cuales se puede elegir.

Las empresas son instituciones básicas para la acción de la sociedad actual. Sus decisiones y actuaciones influyen siempre en algún aspecto en diferentes ámbitos de la vida de los afectados: en lo que pueden hacer o tienen que alcanzar; en la posición que pueden tener en la sociedad, y la que pueden llegar a tener; en las expectativas de calidad de vida que tengan, generando igualdades o desigualdades con ventajas o desventajas.

La dependencia y relación de los ciudadanos con la empresa está siendo, en muchos casos, superior a la que tienen con el Estado. En casi todos los ámbitos de su actividad son afectados por ella, fijando legítimas expectativas en esa afección, las que se cumplirán o no dependiendo del carácter que imprime la empresa a sus decisiones y actos. Legítimas, porque la empresa tiene su origen en la sociedad que la autoriza o requiere de los bienes que produce.

La orientación que se da a las normas morales que se tienen presentes en esas decisiones y actuaciones son objeto de esta tesina, porque existe en la sociedad la pretensión de que los comportamientos empresariales debieran guiarse por principios éticos universales, que los afectados perciben como co-sustanciales a ella. Me concentraré en una investigación de la ética empresarial que orienta la moral de las decisiones y actuaciones de las empresas.

Con frecuencia cada vez mayor, la sociedad es sorprendida o informada de hechos empresariales que no se ajustan a lo que es su sentir de lo que debiera ser el comportamiento justo, equitativo y prudente de estas instituciones.

Tales comportamientos y decisiones empresariales suceden en diversos niveles de la comunidad local, nacional y mundial. 459 carteles se han desbaratado en el mundo desde 2010 al 2014; las empresas han sido multadas por más de 10 mil millones de dólares; otros cientos de millones han debido pagar los ejecutivos responsables; muchos de ellos han sufrido pena aflictiva, y otras muchas aún no han sido castigadas judicialmente (El Mercurio, 2015 22 de nov.; B10). Las empresas que los componían tienen sus sedes en cualquier país incluido Chile, cubriendo las más variadas ramas de la actividad empresarial. Casos recientes de actuaciones de orientación ética de la empresa no compartida por el común de la sociedad hay en Chile como en cualquier país del mundo, vinculados con el sector empresarial y público, en el ámbito local o multinacional, como los siguientes:

El Presidente de una de las principales compañías del país involucrada en un hecho de colusión, en una entrevista afirmó: “quiero pedirles perdón no solamente a los empresarios, sino en especial a los consumidores y colaboradores” (El Mercurio, 2015 1º de nov.; B9). Reconociendo un comportamiento abusivo, pide perdón a quienes ha afectado, involucrando entre los agentes e interlocutores afectados a la sociedad con que se relaciona esa empresa en su interior y en su entorno.

“Marke VW droht in die roten Zahlen zu rutschen. Abgasskandal kostet den Konzern Geld und Vertrauen” (Die Welt, 2015 10 okt.; 10), “Marca VW amenaza caer a números rojos. Escándalo de la reducción de gas cuesta dinero y confianza”, dice un titular y su bajada de título del mencionado periódico alemán: *“Volkswagen hat das Vertrauen der deutschen Verbraucher verloren”* (“Volkswagen ha perdido la confianza de los consumidores alemanes”). Afirma el artículo que la empresa ha perdido la confianza de los consumidores alemanes; que sólo el 43 % de los consumidores mantiene la confianza en la empresa, no dice que cerca de un millón de motores han tenido una reducción de gases fraudulenta. Los días 9 y 10 de octubre de 2015 se difundió el escándalo por medio de Le Monde, El País, Libération, y los principales medios de prensa y comunicación europeos, destacando no tan solo el escándalo en sí mismo, y la pérdida del valor accionario o la caída de las ventas, sino por sobre todo la pérdida de la confianza de los consumidores.

El consumidor y los proveedores confiaban en esta marca alemana, porque se distingue en el mercado por la rectitud, la calidad de sus productos, y por ser el auto del pueblo. Ellos le quitaron la confianza al quedar al descubierto que los principios éticos,

que todos suponíamos que formaban parte de su cultura, no orientaban todas sus decisiones ni actuaciones en beneficio del medio ambiente, ni de los consumidores cuyos intereses se vieron afectados por las consecuencias de sus actuaciones.

Explicación de términos.

Inicialmente defino el sentido que doy a algunos términos utilizados en este trabajo.

- **Acción comunicativa** es la que mantienen con carácter público los hablantes, interlocutores válidos como sujetos responsables motivados para argumentar racionalmente en la determinación de los principios y valores éticos de la empresa con razones epistémicas para la verdad de sus enunciados, justificables para expresar sus intereses por ser afectados por sus actos, en la que presuponen mutuamente que todos intervienen con igualdad en la comunicación, exclusión del engaño y la ilusión, ni coacciones (Habermas, 2003; 56).
- **Grupo de interés afectado**, “el principio de la ética discursiva, según el cual, solo son válidas aquellas normas de acción con las que podrían estar de acuerdo todos los posibles afectados como participantes en un discurso práctico, (...) exige que la constitución económica y las normas empresariales se decidan dialógicamente, teniendo por interlocutores a todos los grupos de afectados” (Cortina, 1998; 100).
- **Altruismo o filantropía** son acciones voluntarias realizadas en beneficio de terceros sin esperar recibir nada a cambio ni retribución alguna, que exceden a las responsabilidades. Les daré el mismo sentido, aunque etimológicamente no lo tienen,
- **CEO** *Chief executive Officers*, es el máximo responsable por la conducción de una empresa, que reporta solo al directorio.
- **Estado disposicional** es la capacidad actitudinal de cada uno de los hablantes a reconocer el propio error, o descubrir qué intereses en discusión en el diálogo tienen el carácter de universalizables, por acercarse más a lo justo, sin consideración al grupo de intereses en que se origina, es previo a la etapa proposicional y a la opinión – *δόξα* -. Estado en que al hablante no le interesa ser refutado, “Ser refutado no es un mal para uno” porque tiene por fin sacar al alma de un error (Boeri, 2007; 157).

- **Ética aplicada** es la que orienta y justifica el punto de vista moral de los comportamientos concretos en los diferentes ámbitos de la actividad humana. (García Marzá, 2003; 197)
- **Ética cívica** “consiste en ese mínimo de valores y normas que los miembros de una sociedad moderna comparten” al margen de la cosmovisión individual (Cortina, 2008; 37), que hace posible la convivencia de ciudadanos con distintas concepciones.
- **Ética discursiva** en la ética empresarial de este corte, “la aplicación del principio ético al mundo de la economía y la empresa exige que todos los afectados por la actividad empresarial sean considerados como ciudadanos económicos, cuyos intereses es preciso tener dialógicamente en cuenta en la toma de decisiones” (Cortina, 1998; 100).
- **Ética empresarial** es aquella basada en principios con pretensión de universalidad para orientar las conductas de la empresa para el bien común, centrada “en la concepción de la empresa como una organización económica y como una institución social” (Cortina, 2008; 51). Constituye “la fenomenización de una ética cívica que se va forjando desde las distintas esferas de la vida social” (Cortina, 2011; 35).
- **Felicidad**, lo que es bueno por sí mismo y fundamento de todos los demás bienes. Es fin último y bien por sí mismo, no reducible a otra cosa, “algunos pensaban que, además de todos esos bienes, existe otro por sí mismo, el cual es causa de que todos ellos sean bienes” (Aristóteles, 2007; 51).
- **Bien público** “es aquel cuyo uso es no competitivo. Quienes lo producen obtienen un beneficio con ello, pero producen a la vez un bien del que disfruta toda la sociedad sin necesidad de entrar en competencia por él. (...) Podríamos decir, que encarnar en las distintas esferas de la vida social los principios éticos (...) sería el mejor de los bienes públicos” (Cortina, 2011; 42).
- **Interlocutor válido** es todo el que tiene competencia comunicativa de los grupos de intereses e integrantes de su estructura interna y de su entorno afectados por las consecuencias de las decisiones o actuaciones de la empresa.
- **Mínimo exigible** es el mínimo de principios, valores y normas universalizables que mediante la acción dialógica racional es compartido por los interlocutores válidos de la acción comunicativa para la ética de la empresa.

- **Ética y Moral** “ambos remiten a la idea intuitiva de *costumbres*, con la doble connotación (...) de lo que es *estimado bueno* y de lo que se *impone* como obligatorio. Por tanto, por convención reservaré el término de ética para la *intencionalidad* de una vida realizada, y el de moral para la articulación de esta intencionalidad dentro de *normas* caracterizadas a la vez por la pretensión de universalidad y por su efecto de restricción” (Ricoeur, 2006; 174).
- **Phrónesis** es “una forma de conocimiento que capta en sí misma dos aspectos inseparables en la explicación de la acción: el universal (que prescribe lo que hay que hacer) y el particular, que tiene que ver con la situación concreta de acción” (Boeri, 2007; 158).
- **Principal** en la empresa es el accionista o grupo de accionistas que por tener la mayor cantidad de acciones, conserva la mayoría de los asientos de su directorio, reservándose ciertos derechos en la toma de decisiones.
- **Responsabilidad social de la empresa**, “es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Cortina, 2005; 12). Implica reconocer que la empresa no es un instrumento neutro al servicio de determinados intereses privados, sino que es una realidad social que responde al logro de determinadas tareas y objetivos sociales, de cuyo cumplimiento depende su legitimidad” (García Marzá, 2004; 167).
- **Término medio** “Llamo término medio del objeto al que está a la misma distancia de cada uno de los extremos, cosa que es una y la misma para todo; y con respecto a nosotros, aquello que no tiene exceso ni defecto” 1106a (Aristóteles, 2007; 84).
- **Pretensión de Universalidad**, es la aspiración que los principios, valores o normas sean justos, que serían elegidos por todos los afectados porque favorecen a todos los integrantes de un grupo con justa equidad, es una “máxima que puedas querer que se convierta, al mismo tiempo en ley universal” (Kant, 2015; 23).

Sinopsis.

Me refiero a una ética empresarial discursiva, exigencia que nace de la vinculación de la ética empresarial con la ética cívica, de la que se nutre. Tanto la vinculación con la ética cívica como la exigencia de ser dialógica, racional y argumentativa, requiere *phrónesis*.

La ética empresarial recibe de la ética cívica los procedimientos para la formulación de sus principios utilizando la hermenéutica crítica de distintas actividades humanas, que le permite adoptar una orientación universalizable, incluyendo los intereses mínimos exigibles de todos los grupos de interés afectados por las consecuencias de sus actos y decisiones.

Esta concepción de la ética empresarial está orientada por el pensamiento de la sociedad en que está inserta, basada en principios con pretensión de universalidad, sin limitarse a principios apriorísticos de convicción. Su objetivo y principio básico es el bienestar del hombre, es la imagen del hombre digno alcanzada argumentativamente.

La ética empresarial encuentra una razón justificativa suficiente de orientación de los principios del comportamiento de la empresa en una verdad alcanzada dialógicamente, mediante una racionalidad argumentativa, que le permite ser valorada moralmente en un marco de justicia en el proceso de producción del bien común.

Mediante la reflexión y el diálogo racional, la ética empresarial tiene la pretensión de concordar en principios universalizables, en un mundo de la vida pluricultural y diverso. Para lo que en esta acción dialógica se exige de los interlocutores válidos y agentes un estado disposicional a superar la posibilidad de su propio error argumental en la elección de los principios de la ética empresarial, primando la preocupación por el bien común. Los interlocutores afectados en sus intereses, participan en condiciones de igualdad en esta acción comunicativa, para concordar el *ethos* de la empresa considerando las características de la cultura del entorno afectado por las consecuencias del proceso de producción del bien común que la sociedad le exige.

Siendo el fin de la ética el bien común y la felicidad de los seres humanos, la ética empresarial suma a los principios de la ética cívica, los de la capacidad cordial y compasiva necesaria para la comunicación y comprensión de dicho fin en la orientación de las normas morales de los comportamientos de la empresa.

En correspondencia con lo anterior, la ética empresarial toma de la ética cívica

1. las virtudes de la prudencia y la justicia;

2. principios como la libertad, la igualdad, los derechos humanos y laborales, protección al consumidor y del medio ambiente, condena a la corrupción y
3. aplicación de los valores presentes en la raíz misma de su cultura corporativa, porque la pretensión de fidelidad a su cultura y originalidad, es como la que la ética cívica tiene con la cultura de cada sociedad.

La ética empresarial y la ética cívica tienen mutuamente una vinculación radical entre sí por la imbricación de la actividad cívica con la empresarial y la identidad de los afectados por una y otra, siendo cada vez más débil la línea que separa el ámbito de cada una.

La universalidad de los principios éticos se refiere además, a una distribución igualitaria del respeto a la dignidad personal de todos los afectados por la empresa. La argumentación racional en la acción dialógica de los grupos de interés permite la validación universal de los principios que orientan sus decisiones y actuaciones, respetando la originalidad y la cultura de la empresa.

La ética empresarial requiere que los principios orientadores de su moralidad sean comunicados para que sean públicamente conocidos, asumiendo la responsabilidad social de cumplir el proceso de producción de bienes y servicios que la comunidad confía recibir.

La confianza en la empresa de los grupos afectados guarda relación con la percepción que tienen del cumplimiento de los principios éticos comunicados. Se contribuye a definir la responsabilidad social de la empresa y crear la confianza de los grupos de intereses adoptando una ética de principios mínimos exigibles alcanzada mediante la acción comunicativa con su participación.

La responsabilidad social es una herramienta de gestión, medida de prudencia y exigencia de justicia, constituyendo una necesidad empresarial, no una acción filantrópica, ni una opción personal. La responsabilidad social o solidaria es *per se* parte substancial de la ética empresarial.

La ética discursiva difiere de la moral kantiana en su origen, planteando la pretensión de principios universales alcanzados con la acción comunicativa de la sociedad, de la empresa y de los afectados a través del diálogo. Por su parte, se afirma una diferencia radical con la moral empresarial del neoliberalismo de Friedman que exime a la empresa de la responsabilidad social de sus actuaciones.

Lo legalmente permitido y la ética.

No es excepcional que en ciertas decisiones y actuaciones empresariales se aplique el criterio que lo que no está prohibido, es un comportamiento aceptable: “siguió un camino que no era ilegal y al que la Superintendencia, en estricto rigor, no podía negarse. Haberlo hecho hubiese sido extralimitar sus facultades legales. Si bien la solución acordada puede parecer estéticamente objetable, está dentro del marco legal”, afirma el Diario El Mercurio de Santiago en su página editorial (El Mercurio; 2016 31 ene. A3), se afirmó para justificar que la funcionaria aceptara una actuación de una entidad del sector privado. La ley permitía la actuación, la acción misma era éticamente objetable, pero quien ejercía como autoridad máxima de la Superintendencia que controla al tipo de entidades de que trata el caso, limitó su objeción no a lo bueno, sino sólo a lo que era legalmente aceptable, aunque éticamente reprochable.

La norma legal no siempre corresponde a la orientación de la ética, los enunciados de la ley son generales y no abarcan la particularidad de los fenómenos. Sin embargo, no es posible aplicarla a cada caso con certeza. Siguiendo a Habermas nos ubicamos en una sociedad en que se considera justo lo que se adecúa a los principios universales o universalizables, algo es justo porque responde a la orientación del consenso del sentido de justicia emanado del proceso dialógico racional, no porque se apega a la norma legal vigente. De este fenómeno dan cuenta múltiples sucesos conductuales empresariales recientes que tenemos a la mano.

Comportamiento ético de la empresa y la confianza.

Desde *Watergate* hasta nuestros días, cada demostración empresarial, política o institucional de falta a la ética en la orientación de la empresa, influyó directamente en la pérdida de confianza. Así se constata tanto en la actividad de las empresas nacionales como en las transnacionales, incluidos los casos mencionados, en las que el principal motivo para tal pérdida ha sido el que los afectados han descubierto la carencia de orientación ética que se pretendía en sus decisiones y actuaciones, o que la orientación ética aplicada no respondió a la característica conocida que se esperaba de la empresa.

Mencionando estos ejemplos recientes de actuaciones empresariales, tomados entre muchos, justifico la pertinencia de tratar en este trabajo la ética empresarial, como parte de la ética aplicada, la que necesita ser sometida constantemente a la investigación filosófica, en la búsqueda de principios actualizados que satisfagan las expectativas del mayor número de los afectados por las consecuencias de sus actuaciones.

Para la orientación de la ética empresarial recurro principalmente a Adela Cortina, y a un grupo de catedráticos de ética y filosofía política de la Universidad de Valencia, que construyen una concepción de la ética empresarial en múltiples publicaciones y actividades académicas. Recojo también en esa línea el pensamiento de Aristóteles, Kant, Habermas, Apel, Ricoeur y otros, cuyos conceptos es válido aplicar aunque no los hayan concebido para referirse a la ética empresarial.

Restrinjo la concepción de la naturaleza de la empresa al ámbito relacionado con el tema de esta investigación, solo desde la mirada necesaria para abordar la filosofía práctica de la ética empresarial, ya que su orientación se impone en las normas morales que rigen transversalmente todas sus decisiones y actuaciones.

2. BREVE ACERCAMIENTO A LA ÉTICA COMO SABER.

Diferencias entre ética y moral.

Aunque los términos ética y moral son expresiones que se identifican en su uso cotidiano, y etimológicamente se suelen confundir, teniendo el mismo significado, el primero con raíz del griego y el segundo del latín, desde la visión filosófica que nos preocupa es conveniente darles un sentido diferente y propio a cada uno, ya que se refieren a dos niveles tanto del lenguaje como del sentido racional que encierran. Por un lado, la moral es un referente que da cuenta del comportamiento en el nivel de los actos de la vida cotidiana; por otro, la ética pretende dar justificación a la moral, es del nivel del conocimiento, es orientar la aplicación de “los principios éticos descubiertos a la vida cotidiana” (Cortina, 2011; 20). Vale decir, la dimensión moral regula los actos de la vida cotidiana de acuerdo al comportamiento de los hombres en los diversos tiempos de la historia, y la ética se pregunta por el fenómeno.

La ética responde a las características de la orientación del pensamiento de la sociedad, que la desarrolla para orientar los actos de sus integrantes, constatándose diferencias entre la ética de cada sociedad. La ética es el resultado del pensamiento de cada sociedad, tiene pretensión de universalidad en esa sociedad, pretensión difícilmente válida para otras comunidades en otros tiempos y circunstancias. La ética no dirige las conductas, eso es objetivo de la moral.

La ética no es moralista pretendiendo decir a cada hombre lo que debe hacer. El método hermenéutico para introducirse en lo moral comienza “por el momento de la aplicación y trata de descubrir qué quiere decir lo moral y cómo es posible fundamentarlo desde el punto de vista de la aplicación” (Cortina, 2010 a; 174).

El principio básico de la ética en la filosofía occidental desde Platón es la naturaleza humana, el mismo principio que sustenta la actividad cívica y económica, y hoy es aplicable a la empresarial. “El instinto natural de conservación, que en el ser humano se desarrolla en el medio de la conciencia, constituye el fundamento natural de la ética” (Cortina, 2007; 57). Ese interés individual por el propio ser es un principio que está en la raíz de las éticas aplicadas cívica y empresarial, que considera el bien público como su objetivo. El bien público requiere la aplicación de la justicia, “la igualdad como contenido

ético del sentido de la justicia” (Ricoeur, 2006; 202), virtud que incluye a los que están más allá del sí mismo, a los con que se relaciona o se enfrenta, a los otros.

La ética se ocupa “de que los hombres crezcan en saber acerca de sí mismos, y, por tanto, en libertad. (...) no tiene una incidencia inmediata en la vida cotidiana pero sí ese poder esclarecedor, propio de la filosofía” (Cortina, 2010; 43). Tiene entre sus fines con respecto a la moral “aclarar qué significa el término “moral”; “intentar fundamentar la moral”, y “tratar de aplicarla” según las características del pensamiento de la sociedad involucrada, lo que sucede en la conjunción de estas tres tareas en la elaboración del conocimiento ético. Para Kant, el conocimiento ético se orienta a establecer normas que pretendan validez universal, indistintamente a la moral de la sociedad que afecte (Cortina, 2010 a; 173). Por mi parte, sostendré que la pretensión de universalidad de los principios de la ética empresarial se entiende bajo limitaciones, entre ellas las culturales de la sociedad del entorno de la empresa.

La ética es la que reflexiona sobre la moral; la moral es el saber de la vivencia real que permite al hombre ser prudente y justo; la ética cumple funciones de fundamentar y aclarar qué es lo moral, razonando sobre el comportamiento de los hombres; si orienta a la aplicación de esos fundamentos a la vida social, tenemos la ética aplicada, de la que forma parte la ética empresarial que orienta las normas morales en este tipo de instituciones de la sociedad, porque “es aquel saber que trata de decirnos cuáles son los procedimientos racionales para decidir que una norma es correcta” en cada decisión o en el comportamiento moral de la empresa (Cortina, 2008; 47).

Ricoeur señala la existencia de dos orígenes de pensamiento para distinguir entre objetivo y norma, el aristotélico en que “la ética se caracteriza por su perspectiva *teleológica*”, entiende para esto que el objetivo teleológico ético es “precisamente lo que llamaremos, en lo sucesivo, estima de sí”, y el kantiano en “que la moral se define por el carácter de obligación de la norma, por tanto, por un punto de vista *deontológico*” (Ricoeur, 2006; 174), para el que cuyo objetivo es “el respeto de sí”.

La conciencia de la importancia de esa individualidad, tiene su otra cara en la conciencia de la necesidad de la pertenencia a la sociedad, la que también exige una fidelidad en las conductas que relacionan a sus miembros en la búsqueda del respeto de los derechos y felicidad común de los ciudadanos, por medio de un consenso que haga posible

la moral civil, que requiere primeramente de algunos elementos como “tolerancia, disponibilidad para el diálogo y para aceptar lo consensuado a través de él, rechazo de toda pretensión de poseer el monopolio de la verdad” (Cortina, 2010; 183). Estos elementos se apoyan necesariamente en la disposición a responder, vale decir, de asumir la responsabilidad manifestando el sentido del valor que se tiene del otro y de los otros; la autoestima, reconociendo el propio valor, y la disposicionalidad a aceptar la racionalidad argumentativa, o respeto por el otro.

Ricoeur en su propuesta filosófica formula las bases de una ética capaz de informar las normas morales,

“Nos proponemos establecer, (...) con gran atención a los textos fundadores de estas dos tradiciones: 1) la primacía de la ética sobre la moral; 2) la necesidad para el objetivo ético de pasar por el tamiz de la norma; 3) la legitimidad de un recurso al objetivo ético, cuando la norma conduce a atascos prácticos” (Ricoeur, 2006; 175).

Pretendo que la ética empresarial se funda en la reflexión sobre sí misma, necesaria para asegurar su responsabilidad para con los grupos afectados, incluidos los de su interior; nutriéndose en la acción comunicativa y dialógica con sus interlocutores válidos, ya que de ellos proviene su capacidad para desarrollar su proceso productivo, y ante ellos debe responder por todas las consecuencias de sus decisiones y actividades.

La concepción de ética orienta de modo autónomo la moralidad de los actos del proceso de la empresa, permitiendo valorarla moralmente, sin depender de la norma de una autoridad heterónoma. La ética empresarial “desde esta perspectiva consiste en afirmar que una empresa merece el calificativo de ética cuando consigue o puede conseguir el acuerdo de todas las partes en sus decisiones, actuaciones y fines perseguidos, es decir, cuando puede dar razón de todos los intereses en juego.” Cuanto más cerca están sus decisiones y actuaciones de la universalidad alcanzando mayor coincidencia entre los afectados y los valores comunicados, más alta es la calidad moral de la empresa. La ética, que da sentido a la empresa, es consensuada racionalmente por todos los afectados, si y solo si ha habido una acción comunicativa dialógica previa con los mismos, construida con su participación crítica en los diversos niveles (García-Marzá, 2004; 162).

La moral incorpora valores éticos propios, como la satisfacción de las necesidades humanas objeto de su proceso; la promoción de la iniciativa personal de sus miembros,

incluidos los trabajadores y su colaboración; la dación de sentido a su actividad en un marco de justicia incorporando el interés común; la solidaridad o co-responsabilidad con la sociedad; la adopción del riesgo razonable para sustentar el crecimiento exigido. Lo hace respetando la legalidad existente en la sociedad de su entorno, no se atiene únicamente a la sustentada y exigida en el derecho y en la ética de las organizaciones.

Esta ética es un factor de equidad, eficacia y rentabilidad. Da sentido a los actos y decisiones morales prudentes y justas, fundándose en la indagación racional de la acción comunicativa sobre cuáles son los derechos y valores que hay que respetar para orientar desde ellos a la moral de los fenómenos empresariales (Cortina, 2008; 25). No basta el respeto a la legalidad, ni solo a la conciencia moral alcanzada por la sociedad.

La ética aplicada desde la reflexión orienta de forma mediata a la moral en la vida cotidiana entregando un marco racional de conceptos, valores y principios originados en el juicio personal (Cortina, 2011; 21), sin prescribir de forma inmediata en lo concreto. La moral se ocupa de fijar las normas que regulan lo que hay que hacer, de acuerdo a los principios éticos que la orientan; la ética aplicada se ocupa de justificar las exigencias de la moral en cada uno de los ámbitos de la vida humana; la ética empresarial, de justificar la moral a que deben supeditarse los actos de la empresa.

3. LA ÉTICA EMPRESARIAL ES PARTE DE LA ÉTICA APLICADA.

3.1. Génesis, algunas tendencias y fundamentaciones filosóficas de la ética empresarial.

Aristóteles entiende la ética como una aplicación de la razón a la facultad de desear, y afirma que “el carácter (*ἦθος*) es una cualidad de lo irracional del alma, pero capaz de seguir la razón (*λόγος*) según una determinación racional prescriptiva (*κατά ἐπιτακτικόν λόγον*) (EE 1220b5-5)”. Ética, *ἦθος*, también significa carácter. Es decir, la virtud, el carácter resulta de la aplicación de la razón a la capacidad de desear y a los estados emocionales-pasionales relacionados con ella” (Boeri, 2007; 158). No es conocimiento puro, sino la aplicación de los conocimientos al uso práctico, a la acción. Corresponde a la *phrónesis* (*φρόνησις*) permitir aplicar los conocimientos universales a lo práctico y particular. Lo particular no ha sucedido, el hombre requiere de la prudencia para definir y distinguir cómo obtener el fin que se persigue con lo que realizará.

Para Gadamer el gran aporte de Aristóteles que no debe olvidarse consiste “en ligar la razón práctica a las situaciones de la vida y centrarse en la condicionalidad del ser moral concretando lo universal a cada una de las situaciones” (Conill Sancho, 2010; 147).

Esa concreción es *phrónesis* que se adquiere con el hábito, las decisiones prudentes requieren de la formación del carácter, del *ethos*, de la ética, no se improvisan. “De ahí que lo inteligente sea incorporar aquel tipo de hábitos que mejor puedan conducir al fin de la persona o de la organización” (Cortina, 2003; 19). El prudente es capaz de razonar sobre lo que es más conveniente para sí en lo particular, en la acción, en lo que le es bueno en sí mismo para vivir bien conociendo lo universal, no en lo inmediato o en el corto plazo en forma transitoria.

Es la sabiduría práctica, la *phrónesis*, la que tiene que ver con lo particular y la capacidad de pasar al plano de lo universal. Para Aristóteles sólo pueden ser prudentes ciertos seres humanos, todos tienen la capacidad, pero no todos lo son.

“La primera gran lección que guardaremos de Aristóteles es la de haber buscado en la *praxis* el anclaje fundamental del objetivo de la vida buena” (Ricoeur, 2006; 177[cursiva en el autor]). Dice en las primeras líneas la *Ética a Nicómaco*, que todo arte, método, acción y elección tienden a algún bien, esto es que toda la actividad humana tiende a producir algo bueno, algún bien para los seres humanos.

Para Aristóteles la praxis, la acción, es un cierto tipo de movimiento con sentido que hacen sólo los hombres; los animales sólo se mueven, los hombres tienen un objetivo. La ética de Aristóteles es una ética práctica, es una teoría filosófica, crea ciertos principios en que pretende fundamentar el tipo de conductas. En los tratados de *Ética* se encuentra la teoría de la acción que explica qué es una acción, qué tipo de actividad es una acción.

Para Platón la ética es un eje en su filosofía. En los diálogos iniciales se comienza con una pregunta, siendo por lo general una pregunta sobre una virtud moral, como en el diálogo *Menón* en que la pregunta es ¿Qué es la virtud? (71e -72a) Menón cree que es fácil, porque enumera las virtudes. Pero la pregunta es: ¿qué es la virtud?, la unidad de la forma de virtud. En la respuesta de Menón la virtud sería una lista de virtudes.

La respuesta a la pregunta es una definición que describe qué es algo, es el contenido de un *εἶδος*. La pregunta es por lo que se permite llamar como tal, a cualquier virtud. La teoría platónica de las formas es una respuesta a la búsqueda socrática de preguntas morales. Para Platón el filósofo es capaz de distinguir lo que se me aparece como cosa buena y lo que es el bien, la ética platónica presupone ideas o formas de lo bueno, siendo la cosa buena si y solo si aparecen en ella las condiciones de lo bueno. Así, es evidente que para Platón y Aristóteles la ética es parte de la filosofía práctica.

En una concepción muy general, es un saber que nos permite determinar lo que está bien o lo que está mal, lo que es justo o injusto, moral o inmoral; que da a nuestros juicios y acciones la pretensión de una validez más allá de lo subjetivo. El saber filosófico a que me refiero tiene que ver con la opinión fundada, problema que es central en toda discusión dialógica en la acción comunicativa. Las opiniones valen si y solo si están fundadas.

Ética en la época contemporánea.

La ética es así una disciplina filosófica, que nos permite reflexionar con prudencia sobre nuestros actos futuros, orientándolos a los fines que esperamos alcanzar con cada uno de ellos, en conocimiento de los efectos conceptualizados y universalizables que tuvieron las acciones pasadas conocidas, “la filosofía moral debe tener la libertad de utilizar, a su gusto, supuestos contingentes y hechos generales. No hay otra manera de dar una explicación de nuestros juicios meditados en equilibrio reflexivo” (Rawls, 2006; 59).

En nuestra época la ética es un saber de quienes buscan orientar su obrar racionalmente; es práctico, dirigido a actuar con un estado disposicional que el agente entiende como correcto, en el que prima la preocupación por el bien común de los hombres.

La ética orienta a la moral para que los actos tengan como fin lo que la razón señala como bien común. “La ética es un tipo de saber de los que pretende orientar la acción humana en un sentido racional; es decir, pretende que obremos racionalmente. A diferencia de los saberes preferentemente teóricos, la ética es esencialmente un saber actuar de un modo racional” (Cortina, 2008; 17).

En esta definición la ética se destaca como una filosofía que orienta los actos humanos en la dirección que les da sentido. Responde por el sentido de nuestros actos descubierto racionalmente. Ese sentido se descubre mediante el acto reflexivo, el agente lo encuentra en sí mismo, no en una normativa heterónoma preexistente determinada por una autoridad religiosa, política o cultural que ordena la orientación para cada acto.

Durante la segunda mitad del siglo pasado fueron naciendo las éticas aplicadas a diversos ámbitos del actuar contemporáneo, desarrollándose en torno a nuevas exigencias interpuestas por los nuevos campos de la actividad humana en áreas tales como el de la bioética, la genética, la actividad empresarial o económica, la salud, la ecología, etc. Cada una de ellas exige una reflexión que las oriente definiendo el sentido que tienen, determinando racionalmente con conocimiento de sus fenómenos centrales cómo libremente se puede elegir las características con que se debe obrar con responsabilidad para encontrar en ellas un aporte a la felicidad, o bienestar. Responden a exigencias habituales y crecientes de orientación de la actividad aplicada a realidades de la sociedad contemporánea, siendo por eso disciplinas filosóficas ineludibles.

Estas éticas deben su origen más a un imperativo social que a uno filosófico. Son las sociedades occidentales moralmente pluralistas las que presentan realidades que las exigen, para lo que desarrollan el saber filosófico adecuado. El pluralismo, diversidad y multiculturalismo de estas sociedades exige a la filosofía que sus respuestas morales en estos ámbitos se aborden desde la reflexión racional y no desde un código normativo fundamental, porque su característica de sociedad plural encierra la convivencia de diversas concepciones del mundo de la vida, que cuentan con códigos de éticas de máximos distintos, por lo que “a la hora de enfocar las cuestiones morales no pueden, pues, dar por

supuesto que existen acuerdos básicos, sino que es preciso descubrirlos, si es que existen o construirlos, si hay voluntad de hacerlos” (Cortina, 2011; 13). Para construir una ética que sea aceptada por voluntades con máximos deseables distintos, se hace imperativo, mediante la reflexión y el diálogo racional, el estado disposicional de cada uno de los interlocutores a la renuncia de esos máximos, hasta el extremo de aceptar los mínimos exigibles, que conciten la voluntad de todos, al límite de lo que cada uno entiende como correcto y aceptable.

Ética aplicada.

Cortina reconoce los siguientes cuatro rasgos de las éticas aplicadas, que la diferencian de otras éticas que orientan y regulan la moral de los actos con exigencias válidas en sí mismas, no mediante la reflexión y el diálogo. Primero, recurren a la reflexión y lenguajes filosóficos en el proceso ético de fundamentación para su aplicación a los problemas cotidianos; segundo, se limitan a la prescripción de lo exigible por la ética cívica, sin inmiscuirse en los proyectos personales, “consciente de que es racionalmente legítimo dar normas morales de cumplimiento exigible en el terreno de la justicia, no de la felicidad”; tercero, a su proposición concurren especialistas de las más diversas disciplinas vinculados con la materia, como juristas, teólogos, médicos, científicos, biólogos, políticos, sociólogos, economistas, administradores y filósofos con resultados muchas veces institucionales; y cuarto, su construcción considera el concurso racional de diferentes teorías que abordan y resuelven el problema, no incluyendo una sola teoría ética (Cortina, 2011; 21).

La ética aplicada es de naturaleza “*hermenéutica crítica de distintas actividades humanas*” [cursiva en el autor], permitiendo, mediante la pregunta sobre el sentido de bondad de los actos, abrir una acción comunicativa reflexiva entre los sujetos comprometidos en ámbitos específicos de la actividad humana, para mostrar a los actos particulares una orientación universalizable que recoja los intereses de todos los afectados por las decisiones libres que en la actividad específica se requiere adoptar. “Una ética de carácter hermenéutico, cuyo significado universal pase a través de la nueva noción experiencial de interpretación y de una nueva crítica en forma de autocomprensión” (Conill

Sancho, 2010; 146). Es así como se ha ido construyendo la ética cívica de carácter nacional o transnacional.

Estas éticas descubren, con la interpretación y la crítica hermenéutica en el mundo de la vida, “principios y valores que se modulan de forma distinta en cada ámbito (...) común a todos los ámbitos, y que tienen como trasfondo el doble principio ético (...) del fin en sí mismo y el Reino de los Fines y el del reconocimiento de cada persona como interlocutor válido” (Cortina, 2011; 31). No se originan en primeros principios, porque siendo las sociedades pluralistas no las hay con contenidos comunes.

La disposición de los agentes a este ejercicio hermenéutico interpretativo y crítico es indispensable para descubrir, formular y validar los principios y valores orientadores en cada uno de los campos de las éticas aplicadas, así como para alcanzar una aceptación con pretensiones de universalidad, que se da dentro de límites de temporalidad, territorialidad y *culturalidad* de la sociedad afectada por las consecuencias de las decisiones y actuaciones de la empresa.

La ética aplicada es producto de que podemos decidir racionalmente lo que es bueno para la felicidad, convencidos de que somos ciudadanos con libertad y capacidad para organizar las relaciones cívicas de nuestra vida y convivencia.

Ética cívica.

El pluralismo necesario para la convivencia entre ciudadanos de distintas creencias religiosas compartiendo valores y normas mínimas se hace posible gracias a las incipientes bases de la ética cívica en las ciudades en que conviven gentes diversas entre los siglos XVI y XVII.

Cortina exige los siguientes valores de la ética cívica: Autonomía moral (libertad); Igualdad de oportunidades (Derechos Humanos); y Solidaridad (fraternidad).

La ética cívica moderna tiene como características ser: a) de mínimos, lo que permite el pluralismo moral, dándose en una sociedad plural y no totalitaria; b) de ciudadanos que son capaces de guiarse por sus propias convicciones, no de súbditos que se conducen con la aceptación de principios establecidos por una autoridad; y c) una expresión de la modernidad, ya que el hombre toma sus decisiones libremente sirviéndose de su propia razón. Estas características aparecen en la modernidad inspirando la elección

libre de los actos humanos voluntarios en todos los ámbitos de la vida, ética que al decir de Cortina debe obligarnos a colaborar en la perfección de los grupos sociales en que participamos, cualesquiera sean nuestras convicciones últimas (Cortina, 2008; 35). La ética cívica requiere la aceptación racional deseada y comprometida de los principios mínimos y valores que los ciudadanos se imponen respetar, asumiendo las obligaciones que implican.

La componen principios mínimos y valores para que en una sociedad de pluralidad religiosa, política, étnica, etaria, lingüística, profesional, etc. pueda ser aceptada y suscrita racionalmente por todos los ciudadanos. Esta intencionalidad ética a la que Ricoeur, hablando de la primacía de la ética sobre la moral o de la intencionalidad sobre la norma, se refiere como “*la intencionalidad de la ‘vida buena’ con y para otro en instituciones justas*” (Ricoeur, 2006; 176), es el sentido de la ética discursiva y dialógica, para estimarse a sí mismo y respetar al otro que *sí*, porque “el otro es también aquel que puede decir *yo* como *yo mismo*, y, como *yo mismo* [cursivas en el autor] considerarse agente, autor y responsable de sus actos” (Ricoeur, 1991, 3).

La ética de los primeros principios mínimos de la asociación cívica requiere que sean conocidas las normas de justicia, la concebida y aplicada naturalmente por los ciudadanos con interés en la cosa pública (legisladores, jueces, y otros agentes de la ciudad), por los que asumen la responsabilidad de tomar decisiones que les afectan a ellos mismos y a otros ciudadanos, ya que tienen que adoptar y conocer “el punto de vista de los demás, no sólo para saber lo que desearán y probablemente harán, sino con el propósito de alcanzar un equilibrio razonable entre derechos opuestos y para concertar los diversos ideales subordinados de la moral de la asociación” (Rawls, 2006; 427), lo que hago extensivo a la empresa como forma de asociatividad porque afecta a la *res publica*, aunque el autor no pretendió incluirla en esta afirmación. No es habitual la existencia de una sociedad que tiene definido en cada ámbito el orden de lo que es justo.

Los individuos de una sociedad suelen tener discrepancias acerca de los principios con los que definir los términos de su organización, “no obstante podemos decir que a pesar del desacuerdo cada uno tiene una concepción de la justicia” (Rawls, 2006; 19). Quienes ejercen la administración de la cosa pública en sus diversos ámbitos habitualmente definen con acierto y apego al término medio el carácter de justicia para las diversas actuaciones y decisiones.

Al hablar de estos principios que permiten asignar los deberes y obligaciones a las organizaciones de la raíz de la sociedad, Rawls se está refiriendo a los de justicia social, por lo que me atrevo a hacerlos extensivos a la institucionalidad empresarial, estableciendo las cargas que debe asumir en la cooperación social, los beneficios que puede obtener, y la regulación que marca el ámbito de su participación. Al decir cooperación social se refiere a un deber inherente a la actividad que la sociedad le asigna a la organización, que por extensión aplico a la empresa, en ningún caso dice relación a un acto de cooperación altruista.

La sociedad está regulada por una concepción pública de justicia si: “1) cada cual acepta y sabe que los demás aceptan los mismos principios de justicia, y 2) las instituciones sociales básicas satisfacen generalmente estos principios y se sabe generalmente que lo hacen” (Rawls, 2006; 18). Con estos mínimos de justicia se puede decir que la comunidad tiene una organización mínima para promover lo justo entre sus miembros.

La ética cívica se construye radicalmente sobre principios mínimos y valores universales: a) los valores de libertad, igualdad y solidaridad, los mismos de la Revolución Francesa, con las complejidades complementarias que tienen en su versión del siglo XXI; b) los derechos humanos considerando sus componentes actuales económicos, sociales, culturales, laborales, de género, internacionales de paz, medio ambientales, etc.; c) la tolerancia activa y; d) el *éthos* dialógico incluyendo el respeto a la diferencia, conciliando los conceptos aparentemente contradictorios de diferencia y universalismo. Estos principios mínimos y valores son posibles de considerar conjuntamente en la constitución de la ética cívica con un gran esfuerzo, reconociendo que “existen en moral exigencias y valores comunes, sobre la base de los cuales es posible argumentar y llegar a acuerdos” (Cortina, 2008; 45).

La ética cívica, desde esa perspectiva, busca comprometer dialógicamente a agentes con el convencimiento racional y la voluntad de aplicar los contenidos mínimos a los actos de todos los interlocutores, quienes para conocer cómo se orientan sus actos cívicos en la construcción de lo justo y verdadero deben ser capaces de sentir la compasión por las situaciones ajenas, indignándose por lo injusto y averiguando lo que es justo en sus actos.

El sentido de la justicia es un bien público, la sociedad cuya ética orienta los actos con ese sentido genera decisiones y actos morales deseables por los afectados. Rawls llama

“congruencia a este enlace entre justicia y bondad” (Rawls, 2006; 362). Es un bien público porque todos los seres humanos buscamos mantener instituciones justas por medio de nuestros actos, el ejercicio de la justicia tiene efectos en el bien del que la practica y de todos los afectados por la equidad que produce. Según Kant ayuda al bien de cada uno, porque está en nuestra naturaleza mostrarnos como éticos, libres, iguales; si nos esforzamos y lo conseguimos, “su naturaleza como personas morales se realiza más plenamente, tanto desde el punto de vista individual como desde el colectivo y, con ella, su bien individual y colectivo” (Rawls, 2006; 478).

3.2. La ética empresarial como parte de la ética aplicada, su relación e influencia mutua con la ética cívica.

La ética empresarial de Cortina continúa avanzando en el diálogo racional argumentativo de la ética de mínimos complementando la dimensión de la verdad y la justicia, con la capacidad cordial y compasiva como elementos sin los cuales no es posible la comunicación. Afirma que el vínculo comunicativo “para argumentar con éxito sobre lo justo y lo injusto ha de hundir sus raíces en su vertiente cordial y compasiva” (Cortina, 2007; 124), porque de esa manera la ética responde no solo a la razón de lo verdadero y de lo justo, sino que incorpora en la relación comunicativa la dimensión humana, dando como resultado una ética de la razón cordial, una *éthica cordis*, concepto que se circunscribe al campo de la filosofía, ya que la relación de los seres humanos en cuanto racionales debe comprometerlos con sus capacidades afectivas.

La preocupación de abordar la ética aplicada en la actividad empresarial proviene de la necesidad de reflexionar en cómo definir sus principios y cómo aplicarlos. La empresa siendo parte de la organización institucional de la sociedad inscribe su ética bajo principios similares a los de la ética cívica.

Tres puntos fundamentales señala Cortina para la ética empresarial en particular: 1º que el planteamiento vaya más allá de centrarse en la prudencia agregando valores como la generosidad y el espíritu cívico; 2º pensar en ella excediendo los términos de la psicología moral; 3º “el reconocimiento del papel de la tradición social y de las normas establecidas de conducta en la práctica ética de las personas” (Cortina, 2003; 42).

Que la ética empresarial no es de carácter autista, sino que involucra a todos los agentes que en alguna forma son afectados por sus decisiones y acciones, es un concepto cada vez más aceptado por los miembros de la sociedad. Cuando las decisiones o actuaciones de una empresa no se orientan por principios éticos, los afectados por las consecuencias de esas prácticas reparan en la necesidad de esa orientación, reaccionando para exigir a la empresa la incorporación de los intereses lesionados, la reparación de los perjuicios, o la mitigación de los impactos negativos causados.

Las empresas requieren de una ética para que sus principios y valores orienten sus decisiones y actuaciones, porque tienen capacidad de actuar afectando con sus consecuencias a quienes se relacionan con ella, como también a los seres inertes con que ellas lo hacen, como lo es el medio ambiente. “Las organizaciones son comunidades morales, (...) en ellas hay solidaridad, (...) son además agentes morales, porque pueden considerar cursos de acción alternativos, elegir uno u otro y justificar la decisión apelando a normas apropiadas de conducta” (Cortina, 2008; 86).

La empresa en su calidad de persona jurídica desarrolla “lo que considera la intencionalidad ética: la tendencia a la vida buena con y para otro en instituciones justas” (Conill, 2010; 220), siguiendo el mismo proceso de la persona natural. Es la experiencia empresarial de interpretarse a sí misma en sus decisiones y actuaciones para captar su significado para sí y para los otros en la búsqueda de la orientación ética que la refleje. Ricoeur se refiere a esta experiencia en las personas naturales, la que podemos por semejanza aplicar a la empresa, porque como persona jurídica tiene experiencia de sus propias actuaciones y decisiones anteriores en relación con las demás personas, sobre las que puede reflexionar en sí misma para condicionar sus actos futuros. “Esta evidencia de experiencia es la nueva figura que reviste la *atestación* cuando la certeza de ser autor de su propio discurso y de sus propios actos se hace convicción de juzgar bien y de obrar bien” (Ricoeur, 2006; 186[cursiva del autor]).

La ética empresarial le permite orientar la elección de construir recurriendo a su capacidad disposicional de hacerlo en el sentido exigido por los ciudadanos y “cuando dichas predisposiciones nos encaminan hacia llevar adelante la meta de la empresa, satisfacer expectativas legítimas de los distintos grupos afectados: accionistas, trabajadores, proveedores, etc., podemos llamarlas virtudes o excelencias” (Cortina, 2005; 16).

Esas son virtudes cívicas, que permiten a quienes conforman el entorno de la empresa adquirir y disfrutar de los bienes esperados en la calidad y oportunidad en que los necesitan, por lo que la ética empresarial recoge desde este punto de vista las características de la ética cívica. Porque la actividad empresarial es una actividad humana con la característica social o cívica descrita requiere que sus decisiones y actos morales sean orientados por el carácter ético que ha elegido, como así mismo modularlos “sobre el trasfondo de una ética cívica, para la cual tanto los miembros de la empresa como los consumidores se caracterizan por ser interlocutores válidos” (Cortina, 2008; 89), sin lo cual no sería posible para unos dar a conocer sus expectativas, y para los otros incluirlas en sus decisiones, actuaciones y productos o servicios finales.

El éxito de cada empresa depende en gran medida de la incorporación de los principios y valores de la comunidad de manera amplia e inclusiva para dar carácter a sus decisiones y actos. Ignorarlos puede limitar la universalidad de su ética por no representar los mínimos exigidos por los afectados, por ejemplo: porque no cumple las normas fiscales; no da el trato esperado a sus trabajadores; perjudica a sus clientes; o afecta el medio ambiente sin mitigar los impactos (Cortina, 2003; 43).

En nuestro siglo la sociedad delega en la empresa la actividad de los más diversos ámbitos desde la salud y la educación, hasta la producción de los bienes más superfluos destinados al ocio. Esa delegación requiere que sus actos tengan como meta buscar un bien público, siendo en consecuencia la ética empresarial no una moda sino una “auténtica necesidad social”, condicionando la existencia de la ética cívica a la de la “ética empresarial, puesto que la empresa es la organización por excelencia de nuestro momento” en la vida de las ciudades (Cortina, 2008; 85).

Según Conill Gadamer fundamenta esta expectativa en el *ethos* “que es en el que descansan las instituciones”, en mi opinión entre éstas se puede incluir la empresa porque está en sus bases “la condición de la solidaridad”, que es ese elemento común y sobreentendido desde el cual resulta posible tomar decisiones en la vida moral, social y política, decisiones que todos consideran buenas y tienen el valor de decisiones comunes” (Conill; 2010; 170).

Ética empresarial como fenómeno inductivo.

La ética empresarial busca permitir la toma de decisiones moralmente radicadas en principios éticos. “La ética de la empresa tiene que ser más propositiva que prohibitiva, (...) para lo cual es necesario atender a tres elementos: el proceso de toma de decisiones, los sistemas de producción y mantenimiento y la cultura” (Cortina, 2008; 86). Estos elementos son parte del fenómeno de la propuesta empresarial. El primero de estos es básico, de él se siguen las características de los actos y decisiones elegidas que afectan a los sistemas de producir los bienes o servicios y mantener su entrega a la sociedad de la que forman parte.

Las decisiones, actuaciones y relaciones son fenómenos empresariales. En su orientación ética es un fenómeno inductivo. La empresa en estos tres fenómenos se presenta manteniendo su *sí mismo*, su originalidad, su objetivo, sus características de manera que el otro pueda contar con lo que ella es; teniendo sus efectos las características de la empresa que la sociedad, sus trabajadores, sus proveedores, sus propietarios esperan encontrar.

Desde esta perspectiva la ética empresarial orienta con sus virtudes, principios y valores a la empresa haciéndola responsable ante quienes se relaciona y cuentan con ella. Es un fenómeno inductivo en que reconociendo su responsabilidad, juzga las características que responden de forma tal que produzca un resultado equilibrado en la afeción de los diversos intereses en juego, configurando una decisión o actuación que involucre su legítima satisfacción. Ricoeur dice refiriéndose a la ética de la comunicación personal “porque alguien *cuenta* conmigo, soy *responsable* de mis acciones ante otro” (Ricoeur, 2006; 168), que en mi opinión es aplicable a todas las empresas porque los miembros de la sociedad de su entorno que se relacionan con ella, cuentan con ella. *Contar con* se refiere a dar por hecho que se dispondrá de algo o de alguien en un hecho futuro. La empresa debe responder a quienes cuentan con ella, vale decir, es responsable de sus propias acciones.

La orientación ética de todas y cada una de sus decisiones empresariales es un fenómeno inductivo, que tiene su inicio en el análisis de lo que se decide, teniendo presente a quiénes afecta; con sus principios y valores con pretensión de universalidad juzga cómo construir la decisión, teniendo presente los intereses de todos los afectados incluidos los de sí misma; tomando la decisión justa y equilibrada que le haga responsable solidaria o socialmente.

Todas las decisiones y actuaciones de la empresa son fenómenos empresariales realizados por el fenómeno inductivo que es orientado por la ética. La exigencia de relacionarse necesariamente con los otros, con los afectados, obliga a tres pasos. Los efectos de sus actos no les son indiferentes, de alguna forma les afectan, por lo que la universalidad de sus principios y valores éticos requiere que antes de tomar la decisión a) se tenga a la vista lo que se ejecutará con todas sus afectaciones a terceros; b) se juzgue la estructura más equilibrada de repartir las cargas y beneficios, y c) se actúe en consecuencia.

El fenómeno ético es parte de cada uno de los fenómenos empresariales, sea éste una decisión, actuación u otro tipo de relación; que se logra por la habitualidad de su consideración en las decisiones y actuaciones de la empresa. No se suma al fenómeno empresarial. La decisión se toma *ipso facto* bajo la consideración de la norma moral orientada por la ética. Por lo que se hace necesaria la habitualidad de aplicar su orientación a todas las normas morales que se consideran en la toma de decisiones y actuaciones.

El fenómeno empresarial de la determinación del precio de un producto puede estar orientado por la norma moral de precio justo; el de la determinación del salario de los trabajadores por la de remunerar de acuerdo a su productividad y su mejor bienestar; el de selección de una materia prima por la de entregar producto de calidad al consumidor. Todas esas normas morales están orientadas por la virtud ética de justicia en un mismo acto.

3.3. Algunos elementos de la ética cívica incorporados a la ética empresarial.

Dos virtudes radicales de la ética de la empresa, la prudencia y la justicia, como así mismo la valoración de los principios de los derechos individuales de libertad e igualdad, lo son primeramente de la ética cívica. Son virtudes y principios que debieran constituir sus *êthoi*, (*ἠθoι*) sus características en la sociedad contemporánea que ha adquirido el nivel ético que se le conoce. La libertad en la ética cívica tiene el límite que el hombre pone a su ejercicio para favorecer su finalidad moral, Kant deja como garante de ello a la naturaleza humana, y a la coacción que significa el derecho.

La elección por la opción del deber ser se alcanza, según Kant por la razón “que reconoce como morales las normas que tienen derecho a valer universalmente”. Para Habermas son las que manifiestan ese valor universal mediante el consenso obtenido en el diálogo racional. Para Taylor son nuestros sentimientos los que nos indicarían lo ético en

nuestra relación con los demás. Si en el siglo XVIII la opción por la ética se fundaba en la voz interior que destacaba el premio o castigo divino que se asignaba a las acciones según su consideración como bien o como mal, indicando lo que era correcto, en nuestra época se ha desplazado hacia nuestro sentimiento de moral, “lo que he llamado el desplazamiento del acento moral surge cuando estar en contacto con nuestros sentimientos adopta una significación moral independiente y decisiva. Llega a ser algo que tenemos que alcanzar si queremos ser fiel y plenamente seres humanos” (Taylor, 2010; 57).

Kant propone que el principio formal basado en la libertad de la acción precede al principio material que es obligatorio y se deduce del principio formal. El principio técnico sigue al principio moral, “obra de tal modo que puedas querer que tu máxima deba convertirse en una ley universal, pues tiene, como principio de derecho, una necesidad incondicionada” (Kant, 1998; 55). En su caso referido a la paz perpetua es una cuestión moral, es un estado, mientras el tema técnico se refiere al procedimiento para alcanzarla. De igual forma en esta ética aplicada, siguiéndolo en su razonamiento, es el individuo quien debe obrar para que su máxima se convierta en una obligación universal. La moral depende exclusivamente de la racionalidad del deber.

Cortina destaca dos elementos del fenómeno moral que se tratan en forma distinta: las normas que “exigen un criterio de respeto universal”, y la felicidad, objetivo individual, que excluye la imposición de todo monismo normativo. “Nadie puede imponer a otros un modo de ser feliz” (Cortina, 2010; 31).

Para Kant, la ética tiene por peculiaridad no subordinarse a una utilidad intencionada. “Esto sucede porque es precisamente la voluntad general dada *a priori* la única que determina lo que es derecho entre los hombres” (Kant, 1998; 56). El derecho que fija los principios éticos depende de la voluntad general, y se constituye en la autoridad que determina lo ético de las decisiones y de los actos. Sin embargo, esa voluntad general es variable. En el derecho constantemente se adecúan las normas a los principios éticos que evolucionan conforme las características de la sociedad.

Es necesario impregnar la ética empresarial de la tolerancia cívica y de las características dialógicas, la primera con una predisposición a respetar los proyectos ajenos, aun cuando no se compartan, y la segunda mediante el diálogo, atendiendo todas las opiniones para decidir los principios y valores, considerando que no los hay con pretensión

de universalidad permanente, respetando las diferencias por medio del diálogo mínimamente entendido y máximamente respetado.

Nos hemos apartado de una ética dependiente del monismo normativo transcrito en el derecho, adoptado como deber sin una racionalidad basal, para fundarla en la convicción nacida en la acción dialógica racional. La ética no difiere de las normas jurídicas tanto por el contenido como por su origen; por la razón por la que se deben cumplir; por cuál es la sanción por transgredirlas; por quién debe cumplirlas. En la ética el infractor siente culpabilidad ante su conciencia, siendo su sanción el remordimiento (Cortina, 2007; 48).

La empresa en cuanto organización cuenta con elementos que le permiten regular su patrimonio ético, entre los que cabe destacar: los códigos de conducta; los códigos profesionales; el consejo ético de la empresa y el *ombudsman*. Cada uno de ellos juega un rol propio en el proceso de aplicar el sentido ético en la orientación de cada una de sus decisiones y actuaciones. La racionalidad económica no es suficiente para resguardar su aplicación en todos los ámbitos y procesos empresariales, cuidando que el uso de los bienes que la sociedad le ha entregado no se trasformen en contra de la misma sociedad; la mano invisible del mercado requiere de la organización, autoridad y recompensa de la mano visible de quien desde dentro de la empresa vela por el cumplimiento de los valores y acuerdos alcanzados en el intercambio y la cooperación de los involucrados, (García-Marzá, 2004; 149).

Principio de originalidad de la cultura de la empresa.

Cada individuo siendo fiel a su propia originalidad es fiel consigo mismo, la originalidad solo se puede descubrir de sí mismo. Descubierta puede definirse a sí misma; articular su vida dándole una orientación; decidir su comportamiento moral, su ideal, sus objetivos de vida y alcanzar su autorrealización vital plena, este es el primer nivel del principio de originalidad. La empresa como tal, esto es, sus líderes, directores, ejecutivos y los integrantes de la empresa, requieren conocer un segundo nivel del principio de originalidad, descubriendo el principio de originalidad de la organización en que participan, para forjar la dirección con que la ética orientará las decisiones y actos empresariales, ya que este principio es relevante “no sólo a la persona individual entre otras personas, sino también a los pueblos que transmiten su cultura entre otros pueblos. Y lo mismo que las

personas, un *Volk* debe ser fiel a sí mismo, es decir, a su propia cultura” observa Herder (Taylor, 2001; 61) acerca de la sociedad cívica, lo que siguiendo el mismo raciocinio aplico a las organizaciones gravitantes de la sociedad que ejecutan un proceso en torno a una cultura propia, como la empresa.

Los rasgos de la cultura empresarial se descubren desde los actos propios de la misma empresa, en los que se encuentran elementos éticos comunes a otros ámbitos de la vida, que permiten su aplicación a su orientación moral, tales como, por ejemplo, la justicia y la prudencia que aplicados a las decisiones empresariales, permiten componer las características que se encuentran en el origen de una ética mínima de la empresa.

Son elementos de la ética empresarial: sus valores presentes en la formación de la cultura corporativa; la presencia en la definición de la empresa de los valores que la identifican; la orientación de su comportamiento en normas basadas en la convicción más allá de la exigencia legal; el convencimiento de la rentabilidad para la empresa de lo ético; una cultura propia de acuerdo a su originalidad; el ejercicio de un liderazgo convincente, identificado corporativamente y con capacidad integradora en la acción interior de la empresa.

El principio de originalidad de la empresa se interpreta desde las características de la propia cultura. Esas características se conocen mediante la introspección de la organización, que le permite poner en el conocimiento de todos los interesados aquellas que le son propias, diferenciándola de las demás empresas, constituyendo su originalidad que la identifica. La capacidad de descubrir la originalidad propia, y entre ellas la de la empresa, no es el resultado de una elaboración personal, sino el de su reconocimiento en una acción comunicativa de quienes integran sus diversos niveles, desarrollada en diálogo abierto según la naturaleza de la empresa, porque la identidad con la empresa se gana en el conocimiento adquirido en el diálogo de la ponderación de sus características éticas.

El trabajo en la ética empresarial.

La ética empresarial en la praxis toma de la ética cívica, haciendo suyos, los principios y derechos mencionados en la sinopsis de este documento.

Los derechos laborales son parte sustancial de la cultura empresarial, son sus trabajadores los que pueden traducir su *ethos* en las actuaciones y decisiones habituales, los

que transmiten los principios, valores y hábitos de la cultura interna mediante sus decisiones y actuaciones. Para que esto suceda la empresa debe hacer parte de su cultura los derechos laborales de quienes permiten la vinculación de la empresa con la vida cívica. De acuerdo a Otfried Höffe esos derechos están integrados por diversos factores, entre ellos el primero es la ética social o de la valoración del trabajo, fundada en múltiples ejemplos de la cultura judeo cristiana con su implicancia no solo de derecho al trabajo, sino de obligación de desarrollar las habilidades laborales de cada uno de sus miembros para contribuir en su propio beneficio y el de la sociedad.

Un segundo factor relevante social y económicamente, es el reconocimiento al incremento constante de las habilidades cognitivas y sociales de los integrantes de la organización empresarial. Educarse y perfeccionarse intelectualmente es un derecho y una responsabilidad personal y social del trabajador, y es responsabilidad de la empresa facilitarlos y exigirlos.

Un tercer factor es el de la igualdad ante la ley, y en cuanto a su responsabilidad económica de auto sustentarse, para lo que el trabajador confía en la empresa a que presta su trabajo. Y por último, un cuarto factor es, a través de los tres factores anteriores, generar y aprovechar las oportunidades de conocerse a sí mismo.

Estos factores que son integrantes de la ética cívica, lo son de la ética empresarial que se construye sobre primeros principios mínimos y valores que tienen como objetivo la imagen del hombre, en cuanto que “la perspectiva ética se refiere siempre al respeto de la dignidad de las personas y se plasma en valores y normas, en actitudes y obligaciones morales, que tienen sus rasgos característicos en su universalidad y en la convicción libre y autónoma de su validez” (García-Marzá, 2004; 250). Los principios y valores que orientan el trato y relevancia que se da a los trabajadores son parte de la cultura o *éthos* de la empresa, ellos son los primeros afectados por las consecuencias de sus decisiones.

La conciencia ética de la empresa para quienes toman parte en sus procesos y decisiones y todos quienes son o pueden ser afectados por sus consecuencias en su entorno, es análoga a lo que la ética cívica es en la sociedad pluralista para los ciudadanos.

3.4. Conciencia en la organización de los objetivos de la empresa y de su incorporación en su ética como orientadora de las decisiones y actos.

Para los que siguen el modelo americano de empresa la empresa puede ser concebida como una mercancía de la que sus ejecutivos, accionistas o directores disponen libremente. Como mercancía, es un paquete de acciones, las cosas y las personas que la operan son los medios y el fin es el dinero. Sus colaboradores son producto del capital, no correspondiéndoles obligación sobre su capacitación profesional, y su ética se circunscribe a las exigencias del cumplimiento de los objetivos de los accionistas de la empresa.

Se centra a la empresa en el beneficio económico y se sugiere la inevitabilidad del conflicto de intereses de cada grupo en cada una de sus acciones y decisiones, reduciendo la justificación de sus recursos a los beneficios económicos y su legitimidad al valor agregado de su actividad. Se confrontan los intereses y se resuelve por la estrategia de favorecer los del grupo dominante, respaldada por la concepción de la amoralidad empresarial (García-Marzá, 2004; 148). Esta orientación de la conciencia ética de la empresa, se ve reflejada en los comportamientos de los ejecutivos, que se hacen parte de la cultura de la empresa, reflejándose similar actitud en los miembros de todos los niveles de su proceso, ejecutivos y directores que consideran cumplir éticamente produciendo bienes y servicios, y “dando empleo”.

Para otros con visión de la empresa renana, la empresa corresponde a un proyecto de largo plazo de una corporación humana con un objetivo común, una vinculación cultural que construyen conjuntamente sus integrantes con una actitud ética a su interior como en la sociedad en torno a ella, que prioriza la humanización por sobre la tecnificación, en que se legitima con el reconocimiento de la dignidad y derechos humanos, teniendo presente que la imagen de la dignidad humana es el objetivo del proceso empresarial, una empresa con racionalidad y rostro humano, “establecer relaciones de cooperación y no de conflicto, recurrir a la creación y no a la chapuza” en palabras de Cortina (2007; 91), incorporando virtudes que resume en autoridad de animación y participación; aumento de la responsabilidad; delegación; desburocratización; comportamiento dialogante; distribución de beneficios y perfeccionamiento profesional de sus colaboradores.

Dignidad de la persona.

La dignidad de la persona y sus derechos son el sustento ético de la empresa que con todas las diferencias y heterogeneidades de la sociedad contemporánea la reconoce como el fundamento ético común, recogiendo en su objetivo central lo expresado por Kant que: “el hombre, y, en general, todo ser racional, existe como fin en sí mismo y no sólo como medio para cualesquiera usos de esta o aquella voluntad, y debe ser considerado siempre al mismo tiempo como fin en todas sus acciones, no sólo las dirigidas a sí mismo sino las dirigidas también a los demás seres racionales” (Kant, 2015; 29), esto como premisa anterior a cualquier racionamiento estratégico y de decisión.

En la empresa la dignidad es igualitaria, todos sus integrantes comparten el valor de *su potencial humano universal*, que asegura el respeto a cada uno, “aun a las personas que debido a ciertas circunstancias son incapaces de realizar su potencial en forma normal, como sería el caso de las personas minusválidas o las personas en estado de coma, por ejemplo” (Taylor, 2001; 65), dice Taylor hablando de la política de reconocimiento, la que me permito aplicar al reconocimiento de la dignidad personal en la empresa. La ética de la empresa manifestada en sus valores con características de universalidad se refiere también al respeto de la dignidad personal. La incorporación de la dignidad humana asegura la justicia equitativa en la distribución, estando dispuesta a beneficiar a los menos aventajados respetando la igualdad de oportunidades.

Rawls, afirma Cortina, pone en el centro de un contrato moral la justicia distributiva con sentido de equidad, en el que se adoptarían dos principios fundamentales: “asegurar a cada persona en una sociedad derechos iguales en una libertad compatible con la libertad del otro; una distribución de bienes económicos y sociales tal, que toda desigualdad debe resultar ventajosa para cada uno” (Cortina, 2007; 61). Asumo la perspectiva ética de Ricoeur al definirla como: “aspirar a la verdadera vida con y para el otro en instituciones justas” (Ricoeur, 2006; 186) para aplicarla a la perspectiva empresarial.

Acción dialógica da valor universal a los principios éticos empresariales.

El Ejecutivo cobra un rol relevante en introducir la ética en la conciencia colectiva de la empresa: liderando su discusión racional; asegurando la participación simétrica de los diversos interlocutores válidos; teniendo claro los objetivos que se propone alcanzar. Es

quien puede determinar que el individuo sea el principal recurso de la empresa como objetivo y medio para alcanzarlo, no como recurso de uso, porque los “seres racionales se llaman personas porque su naturaleza los distingue como fines en sí mismo, o sea, como algo que no puede ser usado meramente como medio y por tanto, limita todo capricho en este sentido (y es, en definitiva, objeto de respeto)” (Kant, 2015; 29). La moral de excelencia es proyectada y difundida por el líder del proceso empresarial a todos los interlocutores internos y externos asegurando su inclusión racional consciente y libre en todos los ámbitos.

La validez ética radica en el mundo de la vida y no en una pretensión de verdad absoluta, la universalidad de los principios éticos empresariales que persigue es la de la aceptación de todos los afectados, no el fundamento ontológico de su verdad impuesto desde una autoridad, o convicción no racional sin consideración a la adhesión elegida por los miembros de la organización. Formar la conciencia ética de la empresa es un reto a la institución para incorporarla dentro de ciertos rasgos, entre ellos: la responsabilidad por el futuro; el desarrollo de la capacidad comunicativa; el logro de la identificación o sentido de pertenencia entre los trabajadores, la empresa, consumidores y proveedores; la generación de confianza y sintonía con los consumidores; y la comunicación de la ética orientadora de la empresa a todos los afectados (Cortina, 2008; 93).

La ética empresarial es impuesta por la empresa como exigencia de reconocer y acordar valores, principios y actitudes a todos sus integrantes, es la actividad misma la que se la impone, y su cumplimiento el que le asegura a cada uno gozar de los beneficios de su integración en ella, no surge de cada uno de los individuos implicados. Sin desconocer que en muchas empresas prima la eficacia por sobre la moral, parte constituyente de la eficacia que se pretende es tomar conciencia que uno de sus elementos es la ética con sus valores, principios y actitudes para beneficio propio y de la sociedad.

Parte de la constitución ética consiste en alcanzar una visión corporativa pluralista y moral, en que los afectados reconozcan que “la empresa se estructura como un complejo sistema de regulaciones de poder, de distribución de cargas y beneficios, de redes de cooperación y conflicto. Adoptar una determinación de este poder es tomar una decisión en una dirección u otra, optar por una manera de alcanzar el objetivo social de la empresa” (García-Marzá, 2004; 152).

Se incorpora así a nuestro análisis el principio ético de gestión, que expresa “el acuerdo o consenso sobre las consecuencias de las acciones, pero ahora realizado por parte de todos los implicados y no solo en el nivel gerencial” (García-Marzá, 2004; 159), principio que requiere que la empresa en sí, esto es todos sus integrantes tengan conciencia de la ética de la empresa y perciban el clima ético de su actividad. Este clima existe cuando los diversos niveles de la empresa conocen y publican que sus decisiones se toman justa y prudentemente, con *phrónesis*, basadas en sus principios y valores éticos.

“Tener conciencia de los fines que se persiguen y habituarse a elegir y obrar en relación con ellos es la clave de una ética de las personas y de una ética de las organizaciones, muy especialmente, de las empresas” (Cortina, 2008; 20). Para actuar éticamente es indispensable elegir con libertad los hábitos adecuados, responsabilizándose por su elección, lo que es propio de los seres humanos, porque solo los seres racionales poseen la facultad de obrar por principios, porque poseen voluntad según Kant (2015; 17).

La visión que sustenta esta ética valora que el beneficio de la empresa debe alcanzar a todos los implicados y afectados, lo que da cabida a la acción dialógica, produciendo entre otros bienes la confianza necesaria en el mundo de la actividad económica y cívica, “si la sociedad, la opinión pública formada de estos diferentes grupos de intereses, percibe que la empresa responde y cumple estas expectativas con la suficiente aproximación, aporta entonces la necesaria confianza” (García-Marzá, 2007; 189). Para cubrir estas expectativas los beneficios deben ir más allá de lo meramente económico, también deben cubrir beneficios sociales, laborales, de calidad del producto o servicio, de protección del medio ambiente, y otros.

3.5. La racionalidad discursiva en la ética empresarial y su universalización.

Exigencias fundamentales y función del discurso argumentativo en la ética empresarial dialógica.

La moral discursiva se contrapone al imperativo categórico, la primera tiene la radicalidad de sus mandamientos en el razonamiento, la segunda, en que se inscribe la moral kantiana, en la fuerza de la convicción del dogma de sus prescripciones. Las prescripciones o juicios de la moral discursiva se caracterizan porque nacen de la autoobligación moral que surge de la conciencia del hombre y no de otra autoridad; el hombre

se siente obligado a ellos, los considera universalizables, esto es, los haría extensivos a todos los hombres; son incondicionales, no dependen de la racionalidad condicional de un individuo, sino de una racionalidad fundada en sí mismo (Cortina, 2010; 105).

Ética de imperativos categóricos, y ética dialógica argumentativa.

Lo que propone en este sentido la moral orientada por la ética discursiva y dialógica, no está en línea con la propuesta de Kant, para quién la razón obliga al hombre, al buen ciudadano, a su buen comportamiento con los otros, aunque no le exige ser moralmente bueno, porque la razón es impotente frente a las tendencias egoístas, por lo que depende de la “buena organización del Estado (lo que efectivamente está en manos de los hombres) la orientación de sus fuerzas, de manera que unas contengan los efectos destructores de las otras o las eliminen” (Kant, 1998; 38). Para Kant, la moral, si bien, racionalmente la descubre el hombre, sus propias tendencias le impiden practicarla, por lo que se hace necesaria la fuerza de la autoridad del Estado para que le sea impuesta como una obligación, como un deber.

Solo los seres racionales a quienes refiere un imperativo someten al deber sus acciones y decisiones voluntarias, “el deber ha de ser una necesidad práctica incondicionada de la acción y debe valer, por consiguiente, para todos los seres racionales (que son los únicos seres a quienes puede referirse un imperativo), y solo por eso ha de ser una ley para todas las voluntades humanas” (Kant, 2015; 27).

Rescato la pretensión de universalidad, no el imperativo kantiano. El camino es sustentar el nivel lógico moral en la racionalidad del hombre, que asegure la continuidad, la universalidad y el diálogo permanente de la ética, que se ocupa “de la pregunta por el fundamento de la moralidad”, no por las prescripciones de una moral heterónoma (Cortina, 2010; 97). Su objetivo es encontrar “*una razón suficiente de la forma moral*”, expresándola con un juicio ético y no prescriptivo; su tarea es aclarar la razón suficiente de la moralidad con la luz de los fines. La ética busca fijar las categorías del deber en “relación con los fines auténticamente racionales (...) determinar *la verdad del deber ser por medio de conceptos*” (Cortina, 2010; 77[cursivas del autor]).

A partir de la argumentación para la justificación moral de los actos que ejecutamos, nos convencemos, entendemos y generamos normas similares para las diversas culturas, de

las que extraemos principios básicos universalizables, respetando las características propias de cada ámbito, “porque intenta plasmar estos principios básicos en los diferentes ámbitos y niveles que estructuran la actividad comunicativa” (García-Marzá, 2003; 198).

Para Kant el deber es prioritario a la voluntad en la elección de un acto, por eso la ley debe ser obedecida incluso con perjuicio de todas las inclinaciones del individuo, o el objetivo de felicidad propia o de terceros

“El valor moral de la acción no reside en el efecto que de ella se espera, ni tampoco, por consiguiente, en ningún principio de la acción que necesite tomar su fundamento determinante en ese efecto esperado. Pues todos esos efectos (el agrado por el estado propio, incluso el fomento de la felicidad ajena) pueden realizarse por medio de otras causas, y no hace falta para ello la voluntad de un ser racional, que es lo único en donde puede, sin embargo, encontrarse el bien supremo y absoluto” (Kant, 2015; 8).

Para él es la ley y no el efecto esperado la que da fundamento a la ética, la que está presente siempre en todos los seres racionales que actúan de acuerdo a la ley, fundamento “que no es lícito esperar de ningún efecto de la acción”.

Con la acción dialógica argumentativa se constituye la plena capacidad de los sujetos de la ética para normar libre y voluntariamente la orientación de su comportamiento moral, por sobre sus preferencias individuales, conforme a la reflexión de sí mismos y la convención alcanzada en la actividad dialógica a la luz de valores universalizables.

Esta ética empresarial renueva lo relevante de algunas de las condiciones básicas de los diálogos platónicos, tales como la actitud previa a la etapa proposicional en que el interlocutor al ser interrogado, o interpelado dice lo que realmente cree o le parece. Si no es así, al igual que en Platón, el mecanismo de la refutación del diálogo, o de la acción comunicativa, no tiene efecto, porque simular con palabras que se piensa algo distinto a lo que realmente se piensa, es una actitud que no facilita el avance del pensamiento filosófico en la construcción de la orientación del bien moral que se pretende.

Otra de estas condiciones en los “Diálogos” que replica la ética empresarial dialógica, tiene que ver con que el dialogante escuche la pregunta y responda lo que realmente piensa, comportamiento que desacredita la actitud recalcitrante, que solo se propone mantener su raciocinio inicial. En un diálogo Sócrates deja de lado a Filebo por su

pensamiento recalcitrante y por no ayudar al diálogo y lo prosigue con Protarco. Lo mismo sucede con quien no adopta en la acción dialógica de la ética la actitud disposicional necesaria para construirla.

Por su parte, la propuesta moral kantiana al resolver los valores éticos y las obligaciones morales con imperativos categóricos, limita la responsabilidad al respeto de la obligación, el sujeto es responsable de obrar según lo dispuesto. Al aplicarla a la empresa sería sin consideración directa con su reflexión ni con el diálogo con los grupos afectados. El deber se expresa únicamente como imperativo categórico, nunca como hipotético (Kant, 2015; 26). La responsabilidad ética de la empresa, en este caso, sería actuar conforme a las normativas éticas establecidas y exigidas por la ley, el estado, la religión, o por quien sea depositario de esa función por la sociedad, “la moral solo constituiría una efectuación limitada, y la ética, en este sentido, incluiría a la moral” (Ricoeur, 2006; 175).

Existe en esta propuesta filosófica una subordinación y complementariedad entre la moral kantiana y la ética, que de acuerdo a lo expresado anteriormente se refuerza con el recurso que tiene la moral de acudir a la ética, cuando se produce “un atasco” de la norma. Por ejemplo, cuando una norma legal acepta un comportamiento que un principio ético reprueba. La ética de convicción muchas veces colisiona con las acciones que realiza la empresa.

Del mismo modo, es irresponsable y no ajustado a la razón exigir que siempre se actúe bajo los conceptos de la ética discursiva, por lo que Cortina recomienda “optar por una ética (...) de la *responsabilidad convencida* o de la *convicción responsable*, porque no se trata de renunciar a las convicciones, sino de ser responsables de las consecuencias que puedan acercarnos a una meta de cuyo valor estamos convencidos” (Cortina, 2011; 30[cursiva en el texto original]). Para ello es necesario que el diálogo incorpore el uso de la racionalidad estratégica. Son responsabilidades cuya raíz está en el convencimiento racional libre y voluntariamente elegido, en que quienes deben responder del sentido ético de cada una de sus actuaciones y decisiones tienen en cuenta sus consecuencias.

Características de la acción dialógica racional de la ética discursiva.

La ética comunicativa dialógica considera cuatro presunciones mínimas en la acción comunicativa: su “carácter público e inclusión” que exige incluir previamente a todos los que tienen capacidad de aportar una opinión relevante bajo la pretensión de validez argumentativa; “igualdad en el ejercicio de las facultades de comunicación”, dando oportunidad de expresarse a todos los interlocutores válidos; “exclusión del engaño y la ilusión”, los interlocutores deben tener la disponibilidad de no engañar o ilusionar con sus argumentos, encerrando una falsa expectativa en sus dichos; “carencia de coacciones”, los interlocutores deben participar y expresarse libremente y sin restricciones previas. Estas presunciones son reglas que se imponen al comportamiento argumental (Habermas, 2003; 56).

La ética empresarial de la responsabilidad, de discurso fundamentado, posibilita que mediante argumentos se haga valer los intereses y pretensiones de los interlocutores válidos, y reunir las informaciones, incluida la de los expertos, en lo que concierne a las situaciones y consecuencias a considerar. (Apel, 2007; 73). En la acción comunicativa dialógica con frecuencia surgen inconsistencias por el incumplimiento de estas presunciones al aparecer la represión a contribuciones relevantes; la manipulación o la exclusión de las mismas, o el predominio de un grupo de intereses en el diálogo.

Utilizando el concepto de Rawls del respeto y sentido del propio valor de las personas, que desarrolla al tratar la necesidad de una teoría del bien, puedo decir que los interlocutores de la acción comunicativa dialógica tienen como bienes primarios la valoración y estima propia, el respeto a los otros y la confianza en sus valores, prefiriendo la libertad a la coacción; oportunidades más amplias a más estrechas; una mayor cantidad de riqueza a la carencia de ella (Rawls, 2006; 360), bienes primarios que son parte de la orientación de la exposición argumentativa de los propios intereses de los diversos dialogantes. La validez de las normas en que se fundan los argumentos del diálogo, es racional, sus normas virtuosas las impone la comunidad dialogante.

La virtud moral tiene que ver con un estado disposicional, en que el interlocutor o agente está dispuesto a ser refutado por otro interlocutor válido, “ser refutado no es un mal para uno” porque tiene por fin sacar al alma de un error. El que tiene ese estado en el

diálogo ético es el tipo humano dispuesto a salir del error en búsqueda de orientar su acción hacia el término medio.

La acción moralmente virtuosa es la que corresponde a un estado disposicional correcto del agente, que en la acción discursiva actúa racionalmente en aquellas acciones de las cuales es responsable, comportándose habitualmente conforme a lo que en su entender en cada situación particular es el término medio, por ejemplo, con justicia, que “es lo que las leyes correctas de la ciudad prescriben para el bien común” (Boeri, 2007; 172).

Estrategia y algunas exigencias de la acción dialógica.

En el diseño de la ética empresarial es necesario considerar la estrategia en el diálogo -sin que ella se imponga por sobre su racionalidad- y los valores que orientan las decisiones y actuaciones de la empresa, incluidos los intereses de todos los afectados. En este diálogo no es aceptable que uno de los grupos esconda la voluntad de imponer decisiones que favorezcan sus intereses en una racionalidad aparente, a sabiendas que los demás jamás la aceptarían. El logro de consensos fácticos no da garantía de mantención de la adhesión de todos los afectados.

El proyecto fundado en una racionalidad deliberativa determina la permanencia del bien de la empresa, no pudiéndose alcanzar objetivos con una descripción absurda o “que contradice verdades bien establecidas”. Me tomo la libertad de aplicar a la empresa lo que se afirma al hablar de las personas en el capítulo de Racionalidad deliberativa de *Teoría de la justicia*, porque al igual que en el tema del autor la racionalidad deliberativa para las decisiones de la empresa está influenciada por los deseos de quienes deben decidir la bondad de los actos empresariales, el bien que busca toda empresa en sus proyectos es el que adoptaría con racionalidad deliberativa si sus ejecutivos tuvieran exacta y adecuada claridad en su imaginación de lo que sucederá en el futuro con su proyecto (Rawls, 2006; 380). Es evidente que la empresa supone solo algunos escenarios sobre los cuales planifica su proyecto, que comunica a los afectados de los diversos niveles participantes.

Los participantes del diálogo son actores responsables que comprenden mutuamente que todos actúan y toman posiciones con pretensiones de validez con racionalidad justificable y utilizando medios racionales. Siempre actúan libremente en plenitud de su racionalidad, todos suponen que no lo hacen una vez con más y otras con un poco menos de

racionalidad, porque en esta acción “la suposición de racionalidad es, de todas formas, un supuesto *refutable*, no un saber a priori. “Funciona” ciertamente como una presunción pragmática repetidamente acreditada que es constitutiva en general para la acción comunicativa; pero en casos individuales puede verse defraudada” (Habermas, 2003; 37).

Las éticas dialógicas llaman a la racionalidad para impedir que se imponga el irracionalismo, que consiste en tratar de hacer adherir a intereses individuales de uno de los grupos, imponiéndolos como universales, logrando consensos fácticos cuya temporalidad es breve. Lo que se admite como principio universal en tales consensos es solo el acuerdo de la mayoría y no el que obedece a un principio con pretensiones racionales de universalidad. Los interlocutores de un diálogo como el referido expresan y entienden los temas tratados con que se encuentran en el mundo de la vida por medio de la socialización del lenguaje, de manera que al enunciarlo se debe estar en condición de afirmarlo, y justificarlo si alguien lo contradice.

Tanto la racionalidad económica como la política o cívica del diálogo incurren en fallas afectando la decisión de los participantes. En la acción comunicativa se abren continuamente las alternativas de seguir o vulnerar las reglas del diálogo, y “solo durante la acción comunicativa se hace patente quien defrauda la suposición pragmática de responsabilidad, quien no “juega” en absoluto” (Habermas, 2003; 41). Los interlocutores en sus relaciones establecen la suposición y esperanza de racionalidad de sus argumentaciones, para lo que deben ser capaces de tomar postura de validez tanto en las pretensiones criticables como en la orientación de las propias.

Hay en la acción comunicativa de la ética dialógica la pretensión de verdad y racionalidad de los interlocutores, la que se establece por sobre “las fronteras del mundo de la vida divergentes”, teniendo un objetivo común orientado por la pretensión recíproca de verdad y validez en los enunciados y afirmaciones que se expresan, suponiéndose racionalidad mutuamente, la que se mantiene mientras no existan evidencias de su vulneración. Duda que hay que mantener abierta ya que Apel advierte que los interlocutores “tienen una fuerte tendencia a engañar con astucia a otros, y en primer lugar a sí mismos, una tendencia, por consiguiente, a la mentira en sentido moralmente significativo” (Apel, 2007; 76), lo que dificulta la confianza mutua en la ocurrencia de la pretensión de validez y verdad entre ellos.

Al decir de Rawls existe racionalidad en la participación de las partes, incluso en la posición original antes de “suprimir el velo de la ignorancia”, aunque desconozcan el fin particular a que aspiran los otros grupos de intereses, su conocimiento general sobre el tema del diálogo les permite jerarquizar las alternativas, proteger sus libertades, aprovechar las oportunidades y avanzar en la manifestación de sus objetivos, sin conjeturas, “ pueden tomar una decisión racional, en el sentido ordinario de la palabra” (Rawls 2006, 141). El hombre sin renunciar a los bienes a que aspira como interlocutor válido es un aporte para decidir entre los modelos éticos existentes. Con su contribución a la verdad permite un procedimiento de decisión racional, por lo que “un diálogo racional debería eliminar” las propuestas que “por considerar a los hombres desiguales, imposibilitan el diálogo mismo”; “el diálogo racional (...) debe constituir la verificación de qué intereses son verdaderamente universalizables y, por consiguiente, cuál es la imagen del hombre en la que los hombres nos reconocemos” (Cortina, 2010; 162).

Esta ética del discurso permite vincular en igualdad de condiciones a todos los interlocutores válidos mediante el reconocimiento recíproco que los limita a usar el lenguaje en sentido unívoco, teniendo presente que sus propuestas y decisiones encierran la intención de hacer valer sus intereses sin desconocer los de los demás grupos afectados, porque en el proceso se debe responder a sí mismo en forma previa a la pregunta: “¿por qué tengo obligaciones morales con los demás seres humanos, sin exclusión?” (Cortina, 2007; 116), desechando previamente la imposición a priori de alguna “doctrina comprensiva del bien” (Cortina, 2007; 116), asumiendo una acción comunicativa para la construcción de una propuesta con sentido y racionalidad.

A los seres racionales reconocidos como interlocutores con competencia comunicativa, se les adjudica estar en posición de algunas cualidades, tales como: 1) igualdad de derechos para justificar su pensamiento y participar; 2) igual derecho a que sus intereses sean tenidos en cuenta en la validez de la norma; 3) derecho a someter a discusión la comprobación de la validez universal de la norma; 4) que el mejor argumento es el que satisface el o los intereses universalizables (Cortina, 2007; 117). El avance a que se ha llegado en el nivel de reconocimiento y definición de los derechos humanos hace que cada interlocutor válido sea indispensable para la ética empresarial discursiva.

Interlocutores que validan la acción dialógica argumentativa de la ética.

Lo convincente en el diálogo se logra por la argumentación que, con pretensión de verdad, se acepta racionalmente por los interlocutores. Esta aceptación racional no es una protección permanente a los argumentos convincentes “frente a nadie y frente a nada. El proceso de argumentación como tal debe permanecer abierto a todas las objeciones relevantes y a todas las correcciones y mejoras de las circunstancias epistémicas” (Habermas, 2003; 47).

Según Cortina, la reflexión trascendental sobre los presupuestos de la argumentación nos da como norma ética fundamental que, todos los que pueden argumentar seriamente son capaces de comunicación lingüística virtual, debiendo ser considerados como personas, siendo sus expresiones actos dignos de ser tenidos en cuenta como aportes a la discusión virtual. Incorporando por un lado derechos pragmáticos como los mencionados y derechos morales “como los siguientes: el derecho de los interlocutores a que su vida sea respetada y mantenida, el derecho a la libre expresión y formación de conciencia, el derecho a gozar de un nivel material y cultural que empodere a los interlocutores potenciales y les permita participar de los diálogos de la forma más próxima posible a la simetría” (Cortina, 2007; 118).

La simetría de las condiciones y la igualdad de los participantes son condiciones previas para el proceso de la ética discursiva, siendo necesaria la aceptación de estas condiciones para la pretensión de validez argumentativa. “Una resolución argumentativa de problemas –y esto significa pensar– no se puede lograr sin el reconocimiento del principio ético de la igualdad de derechos de todas las posibles partes” (Apel, 2007; 77), que argumentan en el diálogo.

Es una novedad de la ética discursiva la renovación de la formulación del principio de la autonomía de la voluntad bajo el concepto de que “todos los seres capaces de comunicación lingüística deben ser reconocidos como personas, puesto que en todas sus acciones y expresiones son interlocutores virtuales, y la justificación ilimitada del pensamiento no puede renunciar a ningún interlocutor y a ninguna de sus aportaciones virtuales a la discusión” (Cortina, 2011; 28). Mejorando conceptos de la ética occidental, presenta a cualquier afectado como interlocutor válido con igualdad comunicativa, que debe ser reconocido como tal por la comunidad de hablantes, no pudiendo ser excluido a

priori de la argumentación cuando es afectado por las decisiones o actuaciones de la empresa. Para decirlo en palabras de Habermas, según Cortina “solo son válidas aquellas normas de acción con las que podrían estar de acuerdo todos los posibles afectados como participantes en un discurso” (Cortina, 2011; 28).

Cada interlocutor válido debe argumentar en consideración a sus intereses, de su intencionalidad de bien propio, de su plan de vida frente a la empresa, considerando la estima de sí como objetivo de la ética al incorporar el respeto de sí en la norma moral. “Al objetivo ético corresponderá precisamente, lo que llamaremos, en lo sucesivo, estima de sí, y al momento deontológico, el respeto de sí. Según la tesis propuesta aquí, debería aparecer: 1) que la estima de sí es más fundamental que el respeto de sí; 2) que el respeto de sí es el aspecto que reviste la estima de sí bajo el régimen de norma” (Ricoeur, 2006; 175). Al hablar de “sí” se está reconociendo la presencia del otro en la acción dialógica.

La acción dialógica asegura la universalidad de los principios éticos.

La ética dialógica de Habermas y Apel, que Cortina ha complementado con el concepto de cordial, tiene dos características básicas: es universalista, y define lo moralmente correcto o justo mediante el acuerdo de los afectados. La primera implica la pretensión de validez general; la segunda se logra mediante el “diálogo y deliberación de un discurso práctico, (...) esto es, un discurso donde existan condiciones iguales, simétricas, de participación” (García-Marzá, 2003: 199).

Lo universal se entiende como el conjunto de intereses reconocidos y legitimados temporalmente en el consenso, revisable en el tiempo. Es el contenido del diálogo, no el comportamiento moral de los individuos. “Por consiguiente, solo hay un imperativo categórico y dice así: obra solo según aquella máxima que puedas querer que se convierta, al mismo tiempo en ley universal” (Kant, 2015; 23). Lo que encierra la pretensión de universalidad de un principio ético es expresar su aceptación “por todos los afectados en un diálogo libre y simétrico”.

La condición de la ética discursiva que hace posible la universalidad, es su aceptación, acuerdo y conocimiento por todos los afectados, alcanzada con la mantención de las reglas impuestas a la acción dialógica práctica, vale decir: tolerancia, reciprocidad y

libertad, concordante con lo expresado en el acápite “Diferencias entre ética y moral” en el capítulo 2 de esta investigación.

El fundamento y sentido de la universalidad de la ética discursiva dialógica y la de Kant se apartan. Kant pretende la universalidad de los principios éticos por la fuerza de la convicción de la moral fundada en el imperativo categórico, apoyada en la convicción racional monológica, teniendo la voluntad de actuar según ella. La ética dialógica radica la universalidad de sus principios en la argumentación racional de los afectados sobre su validez de la moral, que aceptan haciéndose responsables de los efectos de sus actos.

La responsabilidad asegura la universalidad de la ética bajo las características que se ha formulado, así la ética discursiva empresarial fundamenta la radicalidad de su universalidad temporal en la acción dialógica argumentativa. Por su parte la convicción convierte a la ley en universal bajo cualquier condición, como sostuvo Kant “yo no debo obrar nunca más que de modo que pueda querer que mi máxima se convierta en ley universal” (Kant, 2015; 9).

Para él la acción dialógica y los efectos de la acción no son determinantes de la universalidad de la ética, es la ley en sí misma la constituyente del bien moral,

“ninguna otra cosa, sino sólo la representación de la ley en sí misma (que desde luego no se encuentra más que en un ser racional) en cuanto que ella, y no el efecto esperado, es el fundamento determinante de la voluntad, puede constituir ese bien tan excelente que llamamos *bien moral*, el cual está ya presente en la persona misma que obra según esa ley, y que no es lícito esperar de ningún efecto de la acción” (Kant, 2015. 8)

En el proceso discursivo los interlocutores válidos de este diálogo argumentativo se conciertan, implicándose en la marcha de la empresa con el convencimiento racional de someter las decisiones y actuaciones particulares, a la orientación que intuyen en el marco de su cultura. Dicho con otras palabras, el concepto de empresa ética es identificable cuando “las decisiones, acciones y políticas que adopta, así como las consecuencias y efectos de las mismas respecto a los intereses en juego, pudieran ser aceptados por todos los implicados (...) presentes (...) y futuros en un diálogo abierto en condiciones simétricas de participación” (García-Marzá, 2004; 158). Se ha afirmado como un deber de la ética

empresarial, que los actos se deben inspirar en principios que puedan ser aceptados universalmente.

En el diálogo los interlocutores participan en un estado disposicional a reconocer qué fines y principios en discusión son los que realmente deben ser considerados como universales, aunque ellos son limitados temporal y culturalmente, ya que forman parte de los mínimos exigibles que permitirán, mediante la argumentación racional, ser aceptados por todos desde sus particulares perspectivas, permitiendo que sean orientadores y aplicables en las decisiones y acciones particulares pragmáticas.

Por el uso monológico de la razón práctica la ética kantiana diverge de esta propuesta que lo sustituye por el uso dialógico que siguiendo a Apel y Habermas nos propone Cortina para construir la ética comunicativa considerando los intereses de todas las partes afectadas por la acción. Esta ética consensual en que los propios afectados interpretando sus intereses dan la universalidad a los principios es ajena a Kant, siendo la ética discursiva distinta al kantismo moral.

Phrónesis, disposicionalidad, universalidad y particularidad, de la acción dialógica.

La pretensión de universalidad de los principios de la ética de la empresa se justifica, ya que precede en la razón al comportamiento moral que es particular - práctico, la ética conoce de lo universal para orientar el comportamiento de lo particular, que es conocimiento práctico sobre cómo se debe actuar o decidir en tal o cual momento. Conocimiento que Aristóteles denomina *φρόνησις* –*phrónesis*–,

“El decisivo descubrimiento aristotélico en este aspecto en particular es haber advertido que el tipo de conocimiento que opera en el plano práctico comparte dos dominios al mismo tiempo: el de lo universal – porque es la razón recta que dice lo que debe hacerse- y el de lo particular – porque además dice lo que debe hacerse en cada situación concreta de acción” (Boeri, 2007; 157).

El estado disposicional de todos y cada uno de los interlocutores requiere ser cultivado y desarrollado por cada uno de ellos. La práctica habitual de ese estado en la argumentación se exige a los diversos grupos de interés para tener la voluntad y racionalidad de descubrir lo universal de la ética que propone una argumentación; con esa

disposicionalidad es posible descubrir lo justo, “construir al sujeto que afectivamente desea argumentar en serio, porque le importa averiguar qué es más justo para los seres humanos, es una de las grandes tareas de la educación moral” (Cortina, 2007; 123).

Cortina considera que en el *êthos* de la comunidad de interlocutores válidos de esta acción comunicativa se aprecian cuatro rasgos: apertura, reconocimiento, compromiso y esperanza. La apertura la da el estado disposicional a reconocer que la universalidad puede estar en la argumentación de otros grupos de intereses y no en los propios; el reconocimiento a que todos los interlocutores válidos tienen derecho a expresar sus intereses, aportar argumentos, y ser escuchados; el compromiso con la justicia que nace de la discusión libre y simétrica; la esperanza de que la acción dialógica conduce al consenso sobre los intereses universalizables de una ética de mínimos de los grupos de intereses contrapuestos.

Cada interlocutor de la acción dialógica argumentativa debe aplicar la estima a sus propios intereses y reservar el respeto para los intereses que representan a la solicitud del otro, “estima de sí mismo y solicitud no pueden ni vivirse ni pensarse la una sin la otra. Decir *si mismo (soi)* no es decir *yo (moi)*. *Sí mismo* implica al otro que sí, a fin de que pueda decirse de alguien que se estima a sí mismo como otro” (Ricoeur, 1991; 2[cursiva en el autor]).

3.6. Interlocutores válidos en la acción dialógica de la ética y la acción comunicativa como medio de diseñar la ética empresarial.

La empresa responde a los afectados por sus decisiones y acciones, debiendo su existencia a decisiones de grupos de intereses de la comunidad más amplios que el grupo de accionistas que decide invertir para crearla, dirigirla y hacerla producir.

Autonomía, identidad y diálogo.

El centro de la ética empresarial es la autonomía del ser racional, que conjuga en sí sus capacidades racionales y volitivas, siendo su eje de reflexión abordar conjuntamente tanto el deber de respetarlo como la búsqueda de la felicidad. La autonomía humana es ejercida en forma colectiva aunque sus efectos puedan percibirse individualmente. La “autonomía no se entiende ya como ejercida por individuos aislados, sino como realizable a través de diálogos intersubjetivos, tendientes a dilucidar cuál es nuestro bien” (Cortina,

2010; 51). La sociedad nos demuestra que en la ciencia, la filosofía, las artes, la tecnología, el lenguaje, la técnica y en todos los campos de la actividad humana, el hombre en solitario no es capaz de acceder ni a la verdad ni al bien público. El ser humano logra lo esperado mediante el diálogo que incorpora los aportes racionales intersubjetivos.

Taylor asigna al carácter fundamentalmente dialógico la calidad de rasgo decisivo de la vida humana. Es mediante el diálogo que logramos adquirir el lenguaje que nos permite autodefinirnos. Si bien cada uno desarrolla su propia opinión de las cosas en un grado considerable mediante la reflexión solitaria, los asuntos más importantes, entre ellos nuestra identidad, los definimos con las cosas que otros significantes pretenden ver en nosotros.

La ética empresarial es el carácter de la empresa, en ella se refleja su identidad, así como los seres racionales individualmente logran definir su identidad mediante el diálogo con otros, la empresa no es ajena al mismo procedimiento. Los principios de ésta son de interés de quienes conforman los diversos niveles o estamentos de su estructura interna, como de quienes se relacionan con ella, o son afectados por las consecuencias de sus decisiones y actos fuera de la empresa en sus diversos grados y ámbitos de relación. Si en su interior entre los grupos de intereses se encuentran los de los accionistas, *CEO (Chief executive Officers)*, diversos ejecutivos, directores y trabajadores, al exterior los grupos de intereses son múltiples habiendo diversos *stakeholder* entre financistas, proveedores, consumidores, comunidad de vecinos, gobiernos centrales y locales afectados, la opinión pública y otros cuyos intereses deben ser representados por personas, tales como los ambientales.

Al decir que los intereses ambientales o ecológicos deben tomar parte del diálogo en la ética discursiva, se dice que se tengan presente los intereses del grupo de futuras generaciones que pueden verse afectados ventajosa o negativamente con las decisiones actuales, participando con todos los interlocutores válidos, para lo que “la ética discursiva está en condiciones de ofrecer un principio moral que incluya a las futuras generaciones y, por lo tanto, que defina un horizonte de actuación para nuestro trato con la naturaleza desde el punto de vista de la *justicia intergeneracional*” (García-Marzá, 2004; 216[cursiva en el autor]). Habría un argumento racional moral ecológico que solo legitimaría la satisfacción

de intereses actuales que no afectaran la capacidad de satisfacer los intereses de las futuras generaciones, argumenta en *Laudato si* el Papa Francisco.

La participación de la opinión pública en la ética dialógica puede parecer una extralimitación, sin embargo, si para Kant en la deliberación pública deben participar los sabios, en Rawls los ciudadanos, en Habermas los que se orientan por intereses universalizables, en esta propuesta deben hacerlo todos los afectados por las decisiones de la empresa. Este amplio espectro de interlocutores válidos lo justifica Cortina:

“Precisamente porque el ámbito es mayor, es también mayor la *responsabilidad* de participar en la deliberación pública de quienes, teniendo información suficiente en cada uno de los ámbitos de la vida social, persiguen en ellos que se satisfagan los intereses universalizables, siendo conscientes de que las normas éticas tienen que tener en cuenta a todos los afectados por ellas, sin exclusiones” (Cortina, 2011; 37 [cursiva en la autora]).

Aunque el argumento es fundado en la razón, tiene algo de utopía. La forma procedimental es poco conocida o practicada en Chile, pero no es impedimento para explorar el procedimiento con la utilización de la tecnología adecuada de las comunicaciones, aplicando normas que regulen el diálogo, asegurando las características de equidad, igualdad, respeto y otras de cada uno de los interlocutores válidos. No hacerlo por iniciativa de la empresa, significa quedar sujeto a la reacción de cualquiera de los afectados.

Los interlocutores válidos.

Se propone una ética discursiva argumentativa y dialógica, fundada en la razón, radicalizada en el proceso argumentativo. Se basa en la responsabilidad empresarial de respetar en sus decisiones las perspectivas de los grupos de intereses, como por ejemplo los consumidores, los accionistas, los trabajadores etc., no en la imposición fundamental de quien ejerce una mayor capacidad estratégica, ni en quien impone el criterio que beneficia sus aspiraciones basado en la aprobación de la mayoría de los interlocutores.

Los interlocutores válidos en la ética discursiva tienen que reconocer que existen diferentes grupos de intereses, que tienen diversos puntos de vista, objetivos, proyectos y deseos, que buscan diferentes incentivos en los resultados de las decisiones y acciones de la empresa, los que pueden no corresponder a los propios.

Cada interlocutor debe participar con el estado disposicional de inferir, de las palabras y modos de los otros, los hechos diferentes que los inspiran, identificando lo que necesitan, lo que quieren y sus aspiraciones predominantes, esto es, poniéndose en el lugar del otro. Refiriéndose a la moral de la asociación Rawls afirma lo siguiente pertinente a la acción dialógica: “sólo así podremos comprender y valorar sus acciones, sus intenciones y sus motivos. A menos que seamos capaces de identificar estos elementos principales, no podemos colocarnos en el lugar de otro, ni saber qué haríamos en su posición” (Rawls, 2006; 424).

La calidad de interlocutor válido la tienen todos quienes legítimamente representan, con capacidad de habla, a cualquiera de los grupos de interés del interior o entorno de la empresa afectados por sus decisiones o actuaciones.

La expectativa de validez moral es radical en la ética aplicada, lo que exige la acción comunicativa dialógica en su origen con una metodología reflexiva, que implique la participación como interlocutores válidos de todos los agentes activos y afectados de la actividad. Si se frustra la expectativa de alguna opinión, por una decisión no fundada en una razón argumentativa orientada a la consecución del bien común propuesto en la acción dialógica, ello impide dar validez moral a la raíz de esa ética, originando la desconfianza de los agentes en los principios y valores con que orienta su aplicación a la actividad.

Universo de interlocutores válidos.

Al referirme al límite del universo de los interlocutores le asigno un significado unívoco, no eufemístico, pudiendo parecer una utopía no posible de pasar a la acción. No es tarea de esta tesina definir la metodología de participación en la acción dialógica racional del universo de los interlocutores válidos en la determinación de la ética empresarial de cada empresa, o de cada tipo de ellas. Las áreas de relaciones de personal, relaciones humanas u otras que regulan el carácter social o antropológico de las empresas disponen de herramientas para que todos ellos tengan la libertad de participar con las características que hemos señalado.

“Todos” incluye desde la persona individual del interior o exterior de la empresa que con capacidad de habla o expresión racional ve afectados sus intereses por las decisiones o actuaciones de la empresa, hasta la organización de los trabajadores, los

vecinos, la competencia, cada uno de los grupos de *stakeholders*, incluido el estado y el medio ambiente, los proveedores, los consumidores, y la autoridad local, porque la ética, es decir, las características propias y de todo lo que está en torno a ella, es la que debe permitir orientar las normas morales de conducta para responder a los requerimientos que la sociedad le exige realizar para cumplir su tarea.

No son los mismos los interlocutores válidos en la definición de la ética de la empresa de un vendedor de periódicos y los de una transnacional radicados en un mismo barrio de una ciudad. Sin embargo, cada persona afectada con capacidad de habla debe tener el mismo derecho a participar en la acción dialógica, individual o colectivamente según sea la identidad de intereses que la motiva, no sólo por el sentido filosófico, sino también por la experiencia práctica.

No hace mucho, en un directorio en el que participo, el Presidente ejemplarizó la necesidad de la participación del entorno de la empresa en la ética para referirse a la sustentabilidad empresarial con el siguiente ejemplo. En una comuna de la Región Metropolitana, una Universidad adquirió un horno de última generación para su laboratorio. La Sra. Rosa, vecina del laboratorio, reclamó en forma reiterada porque le molestaba. Fue la única vecina que reclamó. No se atendió su reclamo, ni se le dio argumento alguno para desoírlo. Interpuso el reclamo al alcalde, y este dispuso su cierre. El horno, de un costo de US\$ 1.000.000 lleva tres años sin funcionar. Nadie ha hablado con la Sra. Rosa. En la misma comuna, una importante industria de materiales de construcción al inaugurar su planta encomendó al primer gerente general que cuidara siempre la relación con los vecinos. Éste se presentó al alcalde para consultar si había algún reclamo de algún vecino, práctica que repite mensualmente desde hace diez años, nunca ha recibido una amonestación o sanción municipal ni de otro organismo por motivos ambientales o por molestar a los vecinos, aunque el impacto de su actividad es incomparablemente mayor que el que podría tener el horno de la universidad.

En estos casos se puede observar que todos los afectados en sus intereses son interlocutores válidos en la acción dialógica de la empresa; que la argumentación racional de todos los afectados en sus intereses se debe ponderar en la formación de los principios, virtudes y valores universales de la empresa.

Universalidad del mínimo exigible.

En ese estado disposicional cada interlocutor tiene la capacidad de contribuir a participar en la construcción de una ética empresarial que seleccione el mínimo exigible concordante de cada opinión, convirtiéndola en universalizable, no por imposición dogmática, sino por convicción racional y aprendizaje personal, “tras haber comprendido la situación de otro, nos queda aún la necesidad de regular nuestra conducta de un modo apropiado en relación con ella” (Rawls, 2006; 424). Esto dice Rawls en relación a la actitud que toman las personas en la formación asociativa, la que me permito aplicar a la acción que se describe, en consideración a que en la acción dialógica los interlocutores válidos adquieren conocimiento de las características y objetivos de cada uno de los hablantes, permitiéndoles interpretar la naturaleza de sus exigencias y argumentaciones.

Para maximizar la satisfacción social de todos los involucrados en ese proceso se requiere la acción dialógica de todos los afectados, en que conociendo cómo el máximo individual de las pretensiones de cada hablante lesiona o limita las expectativas o derechos de cada uno de los grupos de interés, racionalmente puede lograr el máximo posible de sus intereses, que satisfaga a la sociedad de los interlocutores, asintiendo en un mínimo exigible justo y equitativo, no minimalista.

Disposicionalidad.

Contar con la capacidad de racionalidad argumentativa para admitir que el valor del argumento racional propio es menor que otro argumento de mejor fundamentación racional, o estar dispuesto a complementarlo con los fundamentos de terceros, se encuentra en el *Libro I de Ética a Nicómaco* 1095^a que, refiriéndose a lo que cada hombre en la discusión entiende por felicidad, dice: “mas si son conscientes de su propia ignorancia, admiran a los que dan una explicación imponente y superior a ellos” (Aristóteles, 207; 50). Desde entonces podemos afirmar que los participantes en la acción discursiva, racional, de ética lo hacen con el estado disposicional que suponemos hoy a los interlocutores válidos.

Para compartir los valores y principios de la ética empresarial discursiva los interlocutores válidos lo hacen asumiendo un estado disposicional que he descrito en acápites anteriores.

Racionalidad y responsabilidad de la ética discursiva.

Siendo los afectados los que deben decidir cuáles son los intereses que deben satisfacer de manera prioritaria, lo hacen mediante decisiones racionales radicadas en el discurso argumentativo que finalice en el consenso racional de los interlocutores. Se requiere garantizar los roles de cada interlocutor para que el consenso reconozca sus intereses en criterios universalizables. No lo es el consenso alcanzado por la alineación previa, movida por el acuerdo utilitario de varios grupos de intereses, en desmedro de otros, si no está presente la verdad moral en el diálogo.

La ética discursiva asumiendo las aportaciones de la hermenéutica, considera que son los sujetos humanos quienes tienen que configurar la objetividad moral, la ética dialógica de la empresa no se funda sobre decisiones objetivistas de un espectador imparcial, ni fácticas de dirigentes sindicales o gremiales, “sino en la decisión intersubjetiva de cuantos se encuentran afectados por ella” (Cortina, 2010; 69), a quienes, por ser los que toman la decisión, se les puede exigir la responsabilidad por ella en la medida de su competencia. No pretende concordar únicamente con el criterio objetivo de un grupo de expertos que deciden “objetivamente” la norma de acuerdo a su conocimiento científico o técnico, en que el deber moral no está impulsado por lograr un ideal de hombre. No es su procedimiento que un grupo de entendidos compruebe si sus juicios morales se adecuan a la realidad del entorno humano.

Es ética de corresponsabilidad más que procedimental, los interlocutores que quieren descubrir qué es lo justo, son activos en la defensa de los derechos humanos de todos los afectados, incluidos los de sí mismos, incorporan el compromiso por elevar el nivel material y cultural de los afectados para que ellos mismos puedan representar sus intereses; en su discurso se unifican valores de autonomía, igualdad y solidaridad, con las virtudes de justicia y prudencia; se reconocen principios universalizables que orientan, y normas que deben cumplirse.

Justicia y prudencia en la ética empresarial dialógica o discursiva.

Cortina quiere avanzar más allá de la lógica formal y la racionalidad argumentativa de la ética discursiva o dialógica. Pretende que la ética se pregunte qué es lo justo y no solo que decida u oriente qué normas son justas; que se pregunte por el sentido de lo justo,

mediante la acción comunicativa racional y dialógica, ya que el interlocutor válido que “ha de estimar el valor de la justicia, tiene que sentirse afectado de alguna manera por el hecho de que haya gentes que están en situación de injusticia” (Cortina, 2010; 178). Presenta una ética que adiciona a la empresarial discursiva o dialógica, la ética de la razón cordial, que va más allá de las dimensiones lógico formal, transcendental y argumentativa, incorporando las capacidades de valorar, estimar y sentir, “es decir, la de un sujeto que es integral y no solo un sujeto argumentativo”.

Esta ética con pretensiones de compromiso de los interlocutores hace posible el diálogo con el ejercicio de sus capacidades no solo racionales argumentativas sino de su razón cordial, con la hermenéutica que facilite responder por su sentido.

No solo la razón universal sobre las cosas que no pueden ser de otro modo es la que atañe a la ética de la empresa, sino que precisamente su finalidad es la orientación prudente de las acciones humanas, que son en sí particulares, sobre las que hay que elegir, para lo que se requiere el conocimiento de lo universal, porque pueden ser de muchos modos la prudencia, el sentido de la justicia, y el principio último o fin de las acciones, que es la felicidad de los destinatarios o afectados, que tiene la imagen del hombre digno como fin.

Esa es la que da sentido y facilita al interlocutor válido usar la argumentación racional para lograr el consenso en predicados justos en la ética que me ocupa, incorporando la prudencia. En el Libro VI de *Ética a Nicómaco* 1141b Aristóteles decía: “la prudencia está ligada a la acción, de manera que hay que tener ambos conocimientos o, más bien este último. (...) la prudencia es la disposición que atañe particularmente al individuo. Ésta es la que tiene el nombre genérico de 'prudencia', mientras que, entre las otras, una es la Economía, otra la Legislación, otra la Política.” (Aristóteles, 2007; 190). Aristóteles sitúa la ética en la filosofía práctica, en la filosofía de la acción.

La justicia, virtud universal de la ética empresarial.

La justicia es la primera virtud contenida en el fin u objetivo de la ética empresarial en el sistema social. Entendiendo que la empresa forma parte de la estructura económica y de poder como una institución fundamental en la sociedad actual, le es exigible que la justicia esté presente en cada una de sus actuaciones y decisiones, ya que cada una de ellas afecta directa o indirectamente a muchos de sus miembros, pudiendo incluso desprenderse

de su injusticia un atropello a derechos de los afectados, por lo que justifico extender la teoría de Rawls que refiriéndose a la justicia como concepto de la estructura básica de la sociedad, dice que la justicia es a la ética como la verdad es a la razón, que si un sistema de pensamiento no tiene por fin la verdad debe ser revisado. Así “No importa que las leyes e instituciones estén ordenadas y sean eficientes: si son injustas han de ser reformadas o abolidas” (Rawls, 2006; 17), porque la persona es dueña del derecho a que se respete su justicia en todo, y el bienestar de todo el resto no avala su atropello.

La justicia en la ética discursiva de la empresa, entre otros efectos es conducente a que se consideren todas las alternativas posibles para adecuar sus principios que orienten las decisiones y actuaciones de la empresa, anteponiéndose a las consecuencias que traerán para los afectados dentro o fuera de ella. Aristóteles en el Libro V 1129b de *Ética a Nicómaco* califica a la justicia como la virtud perfecta, “es perfecta, porque quien la posee puede conducirse virtuosamente con otros y no solo consigo mismo” (Aristóteles, 2007; 154). Aristóteles se está refiriendo a la justicia social, a las acciones que tienen que ver con la afección a otros. La ética empresarial incluye el principio de justicia, es estable cuando tiende a ser reconocido su sentido de justicia por todos los afectados de la sociedad de su entorno y de su interior, como los trabajadores de la empresa.

La virtud de justicia de la ética empresarial, nace del principio o fin último de la ética que es la imagen del hombre digno, tiene la pretensión de la conveniencia de renunciar a las ventajas propias si no mejoraran las expectativas de los demás, a que Rawls se refiere al hablar del concepto de una asociación bien organizada en el sentido de la justicia.

La construcción de esta ética es para resolver los problemas del mundo de la vida en el diálogo entre los diferentes grupos de intereses de la empresa, respetando todos los componentes estructurales del diálogo para tener un entendimiento comprometido de mínimos exigibles, incluidos en los máximos deseables expresados por cada uno de ellos, al margen de premisas estratégicas incorporadas en el razonamiento argumentativo, “esto quiere decir: si se lo mantiene como discurso argumentativo acerca de la propiedad que tienen las pretensiones de validez de poder ser satisfechas” (Apel, 2007; 75).

3.7. La confianza, don resultante de la ética empresarial.

Esta confianza es una donación de fe hecha a una empresa por la sociedad y cada uno de sus miembros afectados por las consecuencias de sus decisiones y actuaciones, de que cumple y cumplirá en modo y forma poniendo a su disposición los bienes o servicios bajo los principios éticos que responden a las características de la empresa y su entorno. La confianza en que sus actuaciones y decisiones estarán sometidas a normas moralmente orientadas por su ética conocida, compartida y comunicada en el diálogo.

La confianza de los afectados es indispensable para la permanencia y estabilidad de las instituciones empresariales en el mundo de la vida; se percibe en la acción comunicativa global el rol que juega la confianza en las posibilidades de ser de las empresas. La falta en diversos ámbitos empresariales de orientación ética inspirada en los principios y virtudes en ciertas decisiones ha generado en los afectados la pérdida de la confianza en la empresa, desestabilizándose sus estructuras, sus posibilidades de permanencia y capacidad de desarrollar su proceso de generación de bienes.

Con – fianza, con - fe; tener confianza en algo, es creer que servirá para el fin para que está hecho; tener confianza en alguien es creer en alguien, creer que dice lo verdadero, que lo que hace, lo ejecuta con el objetivo para lo que comunica que lo hace. Perder la confianza es perder esa fe en alguien o en algo. Tener confianza en la empresa es actuar avalando, afianzando a la empresa

La capacidad de responder, de asumir responsabilidad por lo que hace y deja de hacer manteniéndose en el marco ético, que sus interlocutores válidos entienden como el acuerdo racional que ha aceptado con ellos para orientar todos sus comportamientos, es retribuido con la confianza, elemento indispensable tanto para su permanencia social como para su subsistencia económica. Lo contrario conduce a la no fiabilidad en la empresa. La responsabilidad social une en este aspecto a la ética de la empresa con la ética cívica.

Construcción de condiciones para la confianza.

Justificar los presupuestos de la confianza es elemento esencial para la validación de la actividad de la empresa en la sociedad. Sin este recurso moral no son posibles las interacciones sociales, ni institucionales en que descansa; la caracterización de la

individualidad a través de su ética es un componente necesario en el proceso de formación estructural empresarial, que tiene que cumplir diversas etapas. Primero, presentar a la comunidad de los grupos implicados los rasgos fundamentales de la ética que con pretensiones de validez orientará sus comportamientos y decisiones morales, siendo su elemento institucional el comité de ética; segundo, definir dichos rasgos, siendo su elemento instrumental un código de ética; y tercero, proponer un mecanismo de autocontrol ético, siendo elemento institucional la auditoría ética de sus actuaciones.

La ética empresarial propone las bases para el diseño de instrumentos y mecanismos morales de regulación y de autorregulación de la actividad y dirección de la empresa, como por ejemplo la institución colegiada de la instancia de ética en la empresa. También lo hacen los códigos éticos de la empresa, que tienen como efecto secundario, aunque no menos gravitante en sus resultados económicos y sociales, responder a las expectativas de los grupos de intereses externos a la empresa. García-Marzá dice, que para que tengan ese efecto, éstos deben: 1) reflejar el proyecto de empresa en referencia a sus principios, o que refleje la primacía de la ética sobre lo moral según Ricoeur; 2) proponer cómo incorporar los valores y principios que la inspiran en la cultura y estructura de la empresa para pasar el objetivo ético por el tamiz de la norma; 3) proponer la intervención activa de los diferentes grupos de intereses y 4) concretizar cómo las políticas y estrategias de la empresa están dispuestas a incluir las características 1) y 2) antedichas (García-Marzá, 2003; 218).

Relación entre publicidad de principios éticos de la empresa y confianza.

La publicidad de los principios y códigos éticos de la empresa contribuye a la generación de confianza, porque quedan sometidas al juicio público las decisiones y actuaciones que afectan a los diversos grupos de intereses de la comunidad, la que contará con esos elementos de juicio válidos en el momento de evaluar si esas orientaciones éticas se reflejan en ellas. García-Marzá propone un axioma para referirse a la dependencia de la confianza y tal publicidad diciendo que *“la confianza es directamente proporcional a la capacidad de las empresas para hacer públicas y justificar discursivamente sus acciones, estrategias, y políticas. En definitiva de hacer pública su responsabilidad”* (García-Marzá, 2007; 202[cursiva en el autor]).

Las empresas que tienen la capacidad de definir, crear, mantener y hacer crecer la confianza, están permanentemente preocupadas de adecuar su institucionalidad, decisiones y actuaciones a las exigencias de los grupos de intereses involucrados en todos sus niveles humanos y del entorno ambiental interno y externo. Esta adecuación le permite asumir la responsabilidad que la sociedad, por una parte le exige de acuerdo a su evolución permanente; y por otra le retribuye recíprocamente con la confianza. La sociedad desarrolla la confianza en una empresa si cuenta con el conocimiento sobre sus políticas de formas y procesos de decidir y actuar, conocidas y acordadas por los interlocutores válidos. Por su parte, la empresa que quiere evitar: primero, producir desconfianza; y segundo, pagar los costos que ella le ocasionaría, necesita estar estructurada de tal forma que, todas sus decisiones y actuaciones puedan ser justificadas racional y argumentativamente a la luz de su orientación ética públicamente conocida (García-Marzá, 2004; 159).

De acuerdo a lo que hemos visto en diferentes comportamientos empresariales conocidos en los últimos años, existe una relación entre la valoración de la calidad empresarial y la contribución de esa empresa a la calidad de vida de los grupos afectados por sus decisiones y actuaciones. Se trata de comunicación y formación dialógica de las partes involucradas, García-Marzá explica que “la capacidad de las instituciones para producir confianza depende de su potencial para una autoformación discursiva que sea percibida por todas las partes” (García-Marzá, 2004; 162), con la orientación para un deber ser de la empresa y de quienes la componen, en que sus canales de información permitan e incentiven la participación y adhesión de todos los grupos de intereses, constituyendo la transparencia y el diálogo pilares radicales de la confianza.

Afirmar que lo que se hace público elimina la desconfianza no es producto solo de la investigación de la ética empresarial de los últimos 40 o 50 años de desarrollo de esta disciplina de la filosofía aplicada. Kant se refiere a la publicidad en las actuaciones políticas, que por extensión encuentro justificado aplicar a las empresariales, porque como institución la empresa en la línea de la política, tiene como objetivo producir bienes y servicios para satisfacer las necesidades específicas que la organización de la comunidad le encomienda en beneficio del bien común. Siendo la propia sociedad quien determina ese bien común, es del mismo modo quien evalúa si las decisiones y actuaciones de la empresa se orientan a él, para lo que necesita conocer su objetivo:

“Todas las máximas que *necesitan* la publicidad (para no fracasar en sus propósitos) concuerdan con el derecho y la política a la vez. (...) Si únicamente por medio de la publicidad es como pueden lograr su fin, lo es porque se adecúan al fin general del público (la felicidad), y la tarea propia de la política es estar de acuerdo con ese fin (hacer que el público esté contento con su situación). Si *solo* tienen que estar también en concordancia con el derecho del público, pues solo en el derecho es posible la unión de los fines de todos” (Kant, 1998; 69).

Hacer público los principios éticos que orientan las decisiones y actuaciones de la empresa, es actuar con estado de disposicionalidad para abrir al público el sentido mismo de la empresa y responder por él, con lo que el interlocutor informado podrá juzgar, en cuánto responden a ese sentido publicado las actuaciones y consecuencias que le afectan, entregándole su confianza, manteniéndosela o retirándosela.

La confianza se produce si la sociedad legitima a la empresa, porque esta le muestra todo lo que hace y el sentido por el que lo hace de manera transparente o nítida, tolerando a los implicados el juicio de sus actuaciones.

Ética discursiva de la empresa y confianza.

La ética empresarial discursiva racional juega diferentes papeles articuladores en el proceso de la empresa, siendo uno de ellos en el desarrollo de la confianza de los afectados por las consecuencias de sus decisiones y actuaciones. Uno de los puntos iniciales de la construcción de confianza es la participación en la discusión argumentativa con las características descritas, tanto en lo procedimental como en lo racional de todos ellos.

La participación de todos los interlocutores válidos, que representan en el diálogo a todos los grupos de intereses afectados, aplicando los criterios ya descritos contribuye a la adhesión comprometida a los valores acordados, recibiendo la empresa la donación de confianza.

Esa dimensión cognitiva de la moral es una base ética para fundar la confianza, permitiendo establecer el sentido y definir qué es una empresa justa, porque “debemos sumar a las reglas y procedimientos los valores y las virtudes necesarios para integrar la perspectiva ética en la actividad empresarial” (García Marzá, 2004; 241).

4. ÉTICA EMPRESARIAL COMO RESPONSABILIDAD SOCIAL.

4.1. Ética de responsabilidad, no de convicción. Fundamento y dimensiones de la responsabilidad de la empresa.

La responsabilidad es parte de la concepción de la empresa que incorpora mediante una acción comunicativa el diálogo con todos los agentes afectados por su proceso para determinar cómo asume la empresa la satisfacción de los intereses de todos los grupos afectados, porque “no estamos ante una entidad específica que actúa según decisiones de un grupo de interés, sino ante un proceso a través del cual se producen acciones y en el que están comprometidos diferentes grupos de interés” (García-Marzá, 2004; 184).

La empresa busca que los resultados de sus actuaciones beneficien los intereses de sus accionistas incorporando en la estrategia de su actividad los intereses de los grupos afectados de la sociedad. “La responsabilidad ante todos ellos podría sintetizarse en la fórmula que presenta el *Libro Verde* de la Unión Europea: Integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con los interlocutores” (Cortina, 2004; 27).

Su responsabilidad incluye la obligación de dar respuesta por las consecuencias de los bienes y servicios que produce, tanto a los grupos internos como a los externos de la empresa, asumiendo los intereses de todos. Se reconoce que “la responsabilidad se refiere al conjunto de razones disponibles por la empresa para responder de sus actuaciones y garantizar así la confianza” que recibe (García-Marzá, 2004, 184).

Es su obligación responder porque todas las consecuencias derivadas de sus decisiones y actuaciones abarquen los intereses de todos los implicados válidos, pudiendo ser aceptadas por ellos en un eventual diálogo abierto con participación simétrica. “Ningún negocio va a sobrevivir si no es sostenible y esto no es una invitación a cuidar el medio ambiente, sino a cuidar al consumidor y éste es también ciudadano. Por lo que define su compra no solo porque el producto o servicio sea bueno, sino por el impacto social que causa, si la compañía paga bien a los trabajadores, si tiene modelos de recuperación de las materias primas, si coopera con el Estado, si paga impuestos, entre otros” declaró Alejandro Romero CEO de una importante empresa transnacional (Diario Financiero, 2016; 12).

La empresa actúa en su entorno porque la sociedad a través de su institucionalidad se lo permite, porque necesita la producción de los bienes o servicios que produce, para lo

que establece el marco de condiciones y características con que debe actuar, y del producto que requiere, bajo los principios, valores y características que en la acción dialógica acuerda, asumiendo la responsabilidad social ética de orientar sus decisiones y actuaciones.

A modo de ejemplo, la empresa por responsabilidad social cumple las normas de cálculo que aseguran la estabilidad de sus edificaciones teniendo en cuenta la resistencia necesaria en los eventos sísmicos locales, porque la acción comunicativa dialógica ha incorporado a su ética el interés del derecho a la protección de la vida de los afectados.

La responsabilidad en la ética discursiva empresarial.

Que la responsabilidad es parte de la ética en la empresa, no tiene su origen en la ética, una de cuyas características es que sus principios suponen la responsabilidad de quienes orientan sus decisiones y actuaciones con sus principios y valores. La responsabilidad social empresarial no es consecuencia de la ética, es la ética misma, porque la sociedad exige a la empresa responderle a todos y cada uno de los afectados por las consecuencias de lo que decide y hace. La empresa tiene la necesidad de responderse a sí misma estableciendo qué principios éticos orientarán sus conductas morales en el mundo de la vida.

Así como la ética orienta a la empresa para definir las condiciones que posibiliten su legitimidad, y desde esa raíz determina los criterios de validez moral, “la responsabilidad social corporativa define el conjunto de acciones, decisiones y políticas que conforman la respuesta que ofrece la empresa ante las demandas y exigencias de sus correspondientes grupos de intereses” (García-Marzá, 2004; 187), porque ha asumido ante la sociedad de su entorno obligaciones de hacer y actuar en un sentido u otro, debe responder por su cumplimiento; tener que responder es ser responsable de algo.

Apel dice que esta ética del discurso como ética de la responsabilidad no es incompatible con la aplicación de la ética de la convicción, siendo igualmente universalizable. Entre la intolerancia de la ética de la convicción y el todo vale del pragmatismo, se encuentra la ética de responsabilidad social que permite a la empresa legitimar y dar sentido a su propio fin. Considerando la dinámica de su proceso, la empresa está obligada a tomar decisiones para alcanzar su finalidad, donde no todas las consecuencias que deben ser tomadas en cuenta, es posible considerarlas en su diseño con

anterioridad a las circunstancias en que se adoptan; ni determinar *a priori*, desconociendo el contexto que les corresponde, qué acciones deben ejecutarse y cuáles evitarse para alcanzar sus objetivos, considerando la pluralidad de intereses de toda la gama de grupos intervinientes con que se relaciona, desde sus inversionistas y ejecutivos hasta los consumidores, ante todos quienes tiene responsabilidad por las consecuencias que les afectan.

La empresa debe incluir tanto el cumplimiento de las normas morales y legales, así como las normas voluntarias elegidas para regular su comportamiento en el entorno social, económico y ecológico en que pretende actuar. La responsabilidad suma a su contenido las condiciones procedimentales que informaron el proceso de diálogo para asegurar la justicia del acuerdo en que se adoptó, ya que es responsabilidad social, siendo el logro de sus objetivos la satisfacción de los intereses de los agentes internos de la empresa más las exigencias de los otros interlocutores válidos. La responsabilidad social “debe asumirse como una herramienta de gestión, como una medida de prudencia y como una exigencia de justicia” (Cortina, 2004; 27).

La responsabilidad social es corporativa.

“La ética no es solo individual, sino también corporativa y comunitaria” (Cortina, 2008; 81), porque el cumplimiento de sus funciones le exige asumir responsabilidades con los integrantes de la sociedad de su entorno, siendo moralmente responsables no solo los individuos sino también la empresa.

El crecimiento geográfico y multinacional de acción de las empresas ha comprometido la responsabilidad solidaria de cada una de ellas, ya que, debe tomar en cuenta, que sus principios éticos deben pasar el tamiz de un mayor número de criterios y culturas y de sus niveles internos, a los que debe responder. Es un nuevo desafío que se le presenta a la humanidad, “algo así como una macro ética de la responsabilidad solidaria, de extensión planetaria” (Apel, 2007; 67) que la empresa debe asumir por los efectos descritos de las consecuencias políticas, económicas y culturales que se derivan de sus decisiones y actuaciones.

La ética empresarial no está separada de la realidad social del mundo de la vida en que desempeña sus negocios. No está por un lado el contexto mundial, social, y político y,

por otro su actividad. “Existe una relación absolutamente íntima. (...) En este mundo no se puede hacer negocio sin incluir un sentido de responsabilidad social, y que, por tanto, la ética de los negocios no es simplemente, una opción personal, sino que es una necesidad empresarial” (Cortina, 2003; 55). Así lo ha reconocido, entre otras organizaciones internacionales, la Comunidad Europea que en el *Libro Verde*, propone fomentar un marco europeo de responsabilidad social empresarial, llevando a cabo el triple balance económico, social y medioambiental, para convertir a la economía europea en la más competitiva, dinámica, sostenible, con el crecimiento con la mayor cohesión social y generando el mayor número y mejores empleos del mundo (Cortina, 2004; 25).

La responsabilidad de la empresa es compartida por ella misma como organización, entendiéndose en ella misma a quienes participan como destinatarios de las exigencias de un comportamiento determinado, y a quienes participan como agentes activos en la empresa, esperando exigencias morales que rijan su comportamiento.

Fundamento de la responsabilidad social de la empresa.

El fundamento de la responsabilidad social de la empresa tiene su raíz en el origen mismo de cada empresa. Al recibir su existencia de la autorización de la sociedad para cumplir un rol específico con un fin y en un lugar determinado, sus decisiones y actuaciones deben estar orientadas a cumplirlo bajo las condiciones y con la estructura de los bienes y servicios que la justifican. La empresa ética está obligada a responder en su proceso, con la calidad y oportunidad de sus actuaciones a todos los interlocutores válidos que se relacionan con ella.

Su responsabilidad es exigible por los terceros. La responsabilidad social de la empresa es por lo que debe responder a la sociedad, porque se lo exige como condición para desarrollar su proceso permanente. No se identifica con acciones altruistas o de beneficencia realizadas como dádivas voluntarias a la sociedad.

La empresa tiene responsabilidad social considerándola como fenómeno social, legal, económico, comercial, laboral, medio-ambiental, etcétera. El ámbito de este estudio es el del fenómeno mismo de la responsabilidad social o solidaria, porque quien le da sentido a la empresa, con su exigencia de responder, es el otro, el que está en frente, es el

hombre fin último de la actividad de la empresa y de su ética, que confía que su actuación está orientada con justicia, prudencia y equidad.

Ámbitos de responsabilidad social de la empresa.

La responsabilidad de la empresa es una herramienta de gestión que las empresas modernas han incorporado al núcleo duro de su actividad directiva y ejecutiva básica. La responsabilidad social de la empresa se traduce en sus políticas de salarios; en la calidad de los empleos que provee a la sociedad; en la calidad y estándar de los bienes y servicios que produce; en su comportamiento tributario y respeto a las leyes; en el tratamiento de los recursos naturales y artificiales que utiliza; en el cuidado y conservación del medio ambiente; en el respeto a los intereses de sus vecinos; en las buenas prácticas de su actividad en el mercado; en el cuidado de los intereses de sus accionistas; en el cumplimiento con sus proveedores; en el uso adecuado de la tecnología y comunicaciones, en el recurso oportuno a la ciencia.

La ética de la responsabilidad se incorpora en sus obligaciones morales, las que forman parte intrínseca de sus decisiones y actuaciones en todos los ámbitos del proceso, ya sean económicos, financieros, legales, tributarios, administrativos, de relaciones humanas o laborales, medio ambientales, sociales, etc., abarcando un sentido más amplio que cada uno de esos ámbitos en particular. La ética de responsabilidad social se ocupa de orientar los actos morales de la praxis humana en la organización empresarial, “la idea de beneficio se amplía al económico, social y medioambiental, y la de beneficiario, a cuantos son afectados por la actividad de la empresa. La responsabilidad social ha de convertirse en una herramienta de gestión” (Cortina, 2004; 29).

Responsabilidad ambiental.

La empresa utiliza recursos medio ambientales, de lo que debe dar cuenta a la sociedad. Es responsable de ellos en cuanto a su manejo, degradación, cuidado, preservación, reposición, uso racional y adecuado, y mitigación de los impactos inevitables. Con fundamento el Papa Francisco advierte: “No podemos ignorar que la energía nuclear, la biotecnología, la informática, el conocimiento de nuestro propio ADN y otras capacidades que hemos adquirido nos dan un tremendo poder. (...) Nunca la humanidad

tuvo tanto poder sobre sí misma y nada garantiza que vaya a utilizarlo bien, sobre todo si se considera el modo como lo está haciendo” (Papa Francisco, 2015; 81). El concepto de medio ambiente para efecto de este trabajo incluye a todos los elementos inertes, a los seres vivos no racionales y a los vegetales en general, no tan solo en cuanto tales, sino porque además permiten la protección de los derechos a la vida de los seres humanos en el futuro.

La empresa, con la autorización de existencia, recibe la capacidad de utilizar diversos recursos, entre ellos, recursos naturales como el agua, minerales y gases; físicos, geológicos como el suelo, y medio ambientales. Los recibe con la atribución de intervenirlos, utilizarlos, desecharlos, transformarlos y disponer finalmente de los residuos, siendo su responsabilidad cuidar de hacer buen uso de ellos, en beneficio de la sociedad. Al conceder estas atribuciones sobre los recursos a las empresas, la sociedad renuncia a otros usos alternativos posibles, presentes o futuros.

4.2. Milton Friedman, la ética y la responsabilidad social.

La responsabilidad social de la empresa es una característica consustancial de la ética empresarial con pretensión de universalidad en esta tesis, lo que no es compartido por todas las teorías de ética aplicada, ni por todos los pensadores preocupados de la función que cumple la empresa en la sociedad contemporánea. Milton Friedman asegura que la responsabilidad social de la empresa se fundamenta en una discusión analíticamente imprecisa y falta de rigor. En su teoría, la empresa está legitimada *per se* en una sociedad de mercado, y su objetivo específico la hace responsable de ganar tanto dinero como sea posible, no siéndole necesario otro tipo de legitimación en el mundo de la vida.

Friedman argumenta que a la empresa le preocupan únicamente los beneficios del principal, que siendo una persona jurídica es una persona artificial, que solo las personas naturales tienen responsabilidad, y que siendo una persona artificial, la empresa tiene responsabilidades artificiales, “sólo las personas naturales pueden tener responsabilidades. Una corporación es una persona artificial, y en este sentido puede tener responsabilidades artificiales, pero no puede decirse que 'la empresa' en su conjunto tiene responsabilidades” (Friedman, 1970).

A juicio de Friedman, las responsabilidades sociales están radicadas en los individuos, no en las empresas. Éstas son artilugios legales, no constituyen una persona a la

que le sea exigible alguna responsabilidad, por lo que solo les cabe cumplir las leyes. Los individuos son los responsables. “La doctrina de la responsabilidad social tomada seriamente (...) la he calificado de doctrina fundamentalmente subversiva en una sociedad libre, y he afirmado que en tal tipo de sociedad existe una y solo una responsabilidad social de la empresa: utilizar sus recursos y comprometerse en actividades diseñadas para incrementar sus beneficios” (Friedman, 1970, 6).

“Los empresarios creen que están defendiendo la libre empresa cuando declaman que a la empresa no le preocupan simplemente los beneficios, sino también promover unos fines sociales deseables; que la empresa tiene una conciencia social y se toma en serio sus responsabilidades para crear empleo, eliminar la discriminación, evitar la polución y cualquier otra cosa que sea el reclamo de la cosecha contemporánea de reformistas. De hecho están —o estarían si ellos o cualquier otro se les tomara en serio— predicando el más puro y genuino socialismo. Los empresarios que hablan en estos términos son títeres involuntarios de las fuerzas intelectuales que han estado socavando las bases de una sociedad libre durante las últimas décadas” (Friedman, 1970; 1).

Descarta que sean responsabilidad de la empresa los objetivos sociales como crear empleo, proteger el medio ambiente, o no discriminar con su actividad en la sociedad. Los empresarios solo deben preocuparse de generar beneficios económicos para sus accionistas, y no de promover fines sociales. Friedman promueve una empresa autista dentro de la sociedad, que no responde por obligación alguna con ella, porque no la tiene, atribuyendo una influencia socialista sobre los empresarios que buscan alguno de esos objetivos. Acusa a los empresarios y CEO de asumir la responsabilidad social como parte de la ética que orienta las decisiones de sus empresas, y de ocultar los verdaderos motivos para esa actitud: “Por supuesto, en la práctica la doctrina de la responsabilidad social sirve a menudo para encubrir acciones que se justifican por motivos distintos que el motivo para llevar a cabo dichas acciones” (Friedman, 1970, 4).

La ética refiere a las personas, no a las instituciones “solo las personas pueden tener responsabilidades” (Friedman, 2016; 1). Esta afirmación hasta el día de hoy la mantienen muchos seguidores, diciendo que la ética conduce las acciones de las personas de la empresa, no las institucionales. Hernán Larraín Matte afirmó el 8 de enero de 2016 en el

programa de Radio Cooperativa de Chile *El primer café*, que son “las personas las que hacen la trampa, no las empresas”, refiriéndose a la colusión de las empresas, lo que se admitió sin objeción. Se pretende radicar la ética y la responsabilidad solo en los individuos. Las responsabilidades sociales pueden ser responsabilidades de los ejecutivos, ellos podrían asumirlas por motivos ajenos a los intereses de la empresa, pero con sus bienes personales.

El empresario no tiene responsabilidades sociales en su carácter de hombre de negocios, si así lo fuera estaría actuando en contra de los intereses de sus mandantes, los inversionistas, porque en protección de los intereses de los consumidores debería dejar de incrementar el precio de los productos para beneficiar a la sociedad; o en beneficio de ideales ambientalistas anteponer los costos que supone la protección del medio ambiente a los legítimos intereses de los inversionistas de mejorar las utilidades de sus inversiones; o que a costa de ellos debiera contratar a trabajadores ineptos a fin de combatir la pobreza. “En cada uno de estos casos, el ejecutivo corporativo estaría gastando el dinero de otra persona en beneficio de un interés social general” (Friedman, 1970). En unos casos estaría actuando en contra de los inversionistas, en otros en contra de los trabajadores capacitados, o en contra de los consumidores financiando con el precio que les cobra por sus productos la protección ambiental para beneficio de terceros, que existirán en el futuro.

El ejecutivo que asume una responsabilidad social, que no le han encargado los accionistas, se transforma en un cobrador y distribuidor de impuestos, para lo que no ha sido contratado por la empresa, apartándose del mandato recibido, porque “la doctrina de la responsabilidad social implica la aceptación de la visión socialista según la cual son los mecanismos políticos, y no los mecanismos de mercado, la manera apropiada de determinar la asignación de recursos escasos a usos alternativos” (Friedman, 1970). Para este economista, el ejecutivo de la empresa que asume la responsabilidad con la sociedad, no lo hace en beneficio de la empresa, busca otros fines políticos no declarados, porque la gran virtud de la empresa privada competitiva es exigir la responsabilidad de las propias acciones.

Esas son responsabilidades políticas y no económicas. Sin embargo, “toda la justificación para permitir que el ejecutivo corporativo sea seleccionado por los grupos de interés es que el ejecutivo es un agente que sirve los intereses de su principal” (Friedman,

1970; 3). Esas otras son responsabilidades del estado, no de la empresa. El ejecutivo debe responder por mejorar la posición de los intereses de los inversionistas, que lo han nominado para que produzca la mayor rentabilidad posible. La ética es una responsabilidad económica personal, no de la empresa.

Faltan criterios intersubjetivos que definan en qué consiste la responsabilidad, no se puede determinar en qué consiste la responsabilidad de la empresa. Porque no todos comparten los mismos valores ni somos capaces de priorizar las normas que deben delimitar el actuar de la empresa. Por último, Friedman afirma que, tras la ética y la responsabilidad de la empresa se esconden motivaciones políticas: “Éste es el motivo básico por el cual la doctrina de la responsabilidad social implica la aceptación de la visión socialista según la cual son los mecanismos políticos, y no los mecanismos de mercado, la manera apropiada de determinar la asignación de recursos escasos a usos alternativos:” (Friedman, 1970; 3).

El primer error de Friedman al respecto es confundir público y privado, ya que no existe esa división tajante. En la empresa la motivación es privada, los bienes que produce son siempre bienes públicos, en el sentido que son entregados a diverso título para el uso de la sociedad. Friedman parte del error de confundir responsabilidad pública con responsabilidad estatal. El estado es el garante de los derechos, la responsabilidad por ellos es compartida, porque la responsabilidad la tiene el que debe responder por algo. La responsabilidad de la empresa es sobre lo que la sociedad le ha autorizado y espera que haga, teniendo responsabilidades económicas, legales y éticas, que son exigencias sociales y ecológicas que van más allá de las legales, así como de las voluntarias o filantrópicas, que si bien son deseables no son exigibles como las anteriores (García-Marzá, 2004; 180).

La acción dialógica de la ética empresarial corrige la opinión de la dualidad entre la ética individual y la empresarial, la existencia de cualquiera de ellas no elimina la existencia de la otra, la ética y la responsabilidad de la empresa, no libera de la responsabilidad individual por las consecuencias que afectan al otro, ni ésta libera de la responsabilidad social a la empresa como organización. Son niveles de responsabilidad diferentes, con efectos diferentes.

La sociedad exige a la empresa que su ética sea tal, que oriente sus decisiones y actuaciones en el sentido de responder por el uso adecuado de los bienes públicos, los que

conforman sus recursos habituales, en forma justa y prudente tal, que beneficie a los grupos de interés afectados, porque la responsabilidad social de la empresa “se refiere al conjunto de razones disponibles por la empresa para responder de sus actuaciones y garantizar así la confianza que en ella depositamos o queremos depositar. El nivel moral incluiría desde la manera específica en que la empresa quiere posicionarse ante el mercado y el cumplimiento de la ley, hasta la serie de medidas voluntarias” (García-Marzá, 2004 184).

La ética de responsabilidad social de la empresa, analíticamente diferenciable en el proceso en niveles legal, económico y moral, tiene una de sus fuentes radicales en la utilización que hace de recursos humanos, tecnológicos, naturales y financieros en el proceso de la producción, que son bienes comunes de la sociedad.

Recientemente reafirma sabiamente el rechazo a esta teoría de Friedman la mayor autoridad ética del mundo occidental, el Papa Francisco, al escribir que en algunos círculos “se sostiene que la economía actual y la tecnología resolverán todos los problemas ambientales, del mismo modo que se afirma, con lenguajes no académicos, que los problemas del hambre y la miseria en el mundo simplemente se resolverán con el crecimiento del mercado. No es una cuestión de teorías económicas, que quizás nadie se atreve hoy a defender, sino de su instalación en el desarrollo fáctico de la economía. Quienes no lo afirman con palabras lo sostienen con los hechos, cuando no parece preocuparles una justa dimensión de la producción, una mejor distribución de la riqueza, un cuidado responsable del ambiente o los derechos de las generaciones futuras. Con sus comportamientos expresan que el objetivo de maximizar los beneficios es suficiente. Pero el mercado por sí mismo no garantiza el desarrollo humano integral y la inclusión social” (Francisco, 2015; 86).

Este párrafo es contundente al fijar la responsabilidad de la empresa en diversos ámbitos por las consecuencias de sus actuaciones, señalando con claridad la preocupación que debe tener por sus efectos en los grupos afectados y en el medio ambiente, relacionando a éste último directamente con la protección de los derechos de las futuras generaciones humanas. Advierte que el mercado no garantiza ni el desarrollo humano integral, ni la inclusión social. Si la mano invisible del mercado no lo hace, es la mano visible de la empresa la que debe asumir esta responsabilidad.

Friedman ignora que la actividad de la empresa, es una actividad pública a la que se le exige la implicancia, la cooperación y el respaldo de los diversos grupos de interés afectados por ella, y que sin la respuesta a esas exigencias su proclamada participación en el mercado no es posible.

4.3. Racionalidad de la exigibilidad de la responsabilidad social en la ética empresarial.

Responsabilidad social consustancial a la ética empresarial.

Contrariamente a lo expresado por Friedman, para la ética discursiva empresarial la responsabilidad social le es consustancial, formando parte del sentido mismo de la empresa, ya que el procedimiento dialógico racional supone que “hay un criterio obligatorio para la evaluación de las consecuencias” que afecten a los intereses aceptados de cualquiera de los interlocutores válidos (Apel, 2007; 67). La ética discursiva empresarial tiene su fundamentación en la razón, no en una elección prerracional que podría liberarla de responsabilidad por las consecuencias de sus decisiones y actuaciones adoptadas con la orientación de principios heterónomos.

En la planificación estratégica, en las decisiones y actuaciones cotidianas de todos los estamentos y niveles de la empresa, un aspecto indispensable a ser tenido en cuenta por todos es que deben responder a la sociedad.

La empresa es responsable por el cuidado del ser humano en sí mismo que la sociedad le confía al permitirle el uso de bienes públicos, ciencia, tecnología y personas en su proceso empresarial. “El hombre debe asumir en la actualidad algo así como la responsabilidad metafísica del ser que le ha sido confiado, en especial, por la prosecución del ser de la humanidad” (Apel, 2077; 95). La influencia del impacto de su actividad se amplía en un horizonte temporal, local, material y humano, al afectar con el fenómeno de su proceso productivo de bienes y servicios, en tiempo que la trasciende, al universo de su entorno, ya sea por el consumo de bienes públicos no renovables, como por las transformaciones y agotamiento que les ocasiona, y a los integrantes de los grupos de interés de su radio de influencia, que en los casos de las empresas globalizadas puede ser el mundo entero.

La justicia en la ética de responsabilidad social.

La justicia, a la que me he referido como una de las virtudes de la ética, exige a la institución empresa – como primera persona que genera la acción- tomar decisiones que consideren la distribución equilibrada de las obligaciones y derechos que producen los efectos de su actividad entre ella y los afectados. Es la justicia una vinculación “esencialmente exigente de igualdad” (Ricoeur, 2006; 202) como contenido ético de su sentido. La ética empresarial, por tener entre sus características constituyentes a la justicia, reconoce entre sus atributos la responsabilidad de cumplir con esa distribución equitativa.

Siendo así, la responsabilidad social es parte de la ética de la empresa, porque la ética es justa, y se lo exige el otro o los otros, sus interlocutores o quienes se relacionan con ella, la autoridad administrativa, la sociedad, sus propietarios o trabajadores, no por lo que elija entre varias alternativas igualmente aceptables, además que le reporta beneficios tales como la confianza de los consumidores y *stakeholder*.

Horizonte de la responsabilidad social.

El aumento de la capacidad de acción, o el crecimiento de su entorno, hace crecer la responsabilidad social de la empresa, “entendiendo por ésta la necesidad de responder de sus acciones ante la sociedad” con que se relaciona, o en la que afectan sus procesos a sus interlocutores válidos (García-Marzá, 2007; 186).

La responsabilidad social de la empresa es proporcional a la libertad de la toma de decisiones. A mayor libertad de elegir en la toma de sus decisiones es mayor la responsabilidad que asume por los efectos que causa. Las condiciones que restringen los límites de sus decisiones hacen que la responsabilidad por los efectos de sus actos se distribuya entre quien fija esos límites y quien toma la decisión bajo esas condiciones de límite.

La empresa que actúa guiada por una ética discursiva empresarial de responsabilidad social no es responsable de solucionar todos o cualquier problema de la sociedad. La exigencia se extiende a producir los bienes o servicios de su objetivo con las características que la sociedad le exige, como a la prevención o resolución de los impactos causados directa o indirectamente por ella y que afectan a la misma empresa, a los

individuos, y al medio ambiente en cuanto afecta a las generaciones futuras. Esta exigencia comprende tanto el nivel procedimental del diálogo justo entre afectados como el contenido del mismo. Para esta ética “en definitiva, se trata de la relación entre el horizonte moral de la legitimación y las acciones que en cada caso puede realizar la empresa” (García-Marzá, 2004; 186).

Es el resultado de una actitud disposicional dialógica en que prima la argumentación que considera el respeto de la dignidad humana de todos los interlocutores implicados por su actividad. Es el reconocimiento de las exigencias de calidad y tecnología expresada en los bienes y servicios que entrega a la sociedad, es el manejo de los bienes públicos, del clima de las relaciones laborales, del dinero, del medio ambiente en sus diferentes expresiones, de la biotecnología, la técnica, la cibernética, las comunicaciones y la ciencia que está al alcance de su mano para desarrollar su proceso. No es solo el resultado de la evaluación al interior de la empresa de las consecuencias al *otro* y del beneficio a *sí mismo* que reportan las decisiones.

Los afectados por la empresa tienen un doble estándar para sentir el derecho a exigirla, primero, por ser ellos fin en sí mismo de la ética de la empresa, “en el sentido kantiano, que no deben ser instrumentalizados;” y segundo, “como interlocutores válidos, que deben ser tenidos dialógicamente en cuenta en las cuestiones que les afectan” (Cortina, 2003; 31). En este segundo aspecto, los afectados son responsables en forma compartida por las consecuencias de los actos orientados por la ética de mínimos exigibles alcanzada en el proceso dialógico del que son partícipes.

La responsabilidad social con el medio ambiente.

La responsabilidad social en la ética de la empresa entiende también la responsabilidad por el medio ambiente, asumiendo que la ética ecológica es una reflexión sobre la relación con todos aquellos medios en cuya generación no interviene la mano del hombre, siendo independiente en su origen de la acción en este caso de la empresa. ¿Existe un marco referencial desde el que se pueda determinar la responsabilidad medioambiental?

No es materia de este estudio responder a esa pregunta, sin embargo, una voz autorizada ya citada vincula la necesidad de responder por el uso de esos bienes ante las generaciones futuras. El Papa Francisco advierte el peligro de pretender un crecimiento

ilimitado a costa de no respetar la naturaleza, “ahora lo que interesa es extraer todo lo posible de las cosas por la imposición de la mano humana, que tiende a ignorar u olvidar la realidad misma de lo que tiene delante. Por eso, el ser humano y las cosas han dejado de tenderse amigablemente la mano para pasar a estar enfrentados. De aquí se pasa fácilmente a la idea de un crecimiento infinito o ilimitado, que ha entusiasmado tanto a economistas, financistas y tecnólogos” (Papa Francisco, 2015; 82).

Aceptar la responsabilidad como parte de la ética corporativa es admitir que la empresa tiene obligaciones que exceden las leyes del mercado, e incluso en muchos casos a las normas legales. Es admitir que la empresa no está solo al servicio de intereses particulares, es reconocer como una realidad la obligación de responder a la sociedad por las exigencias que le hace, de cuya respuesta depende su legitimidad.

5. CONCLUSIONES.

La ética empresarial es una disciplina nueva; tanto su multidisciplinario entorno, y la cada vez más compleja relación de intereses y personas afectadas con sus decisiones y actuaciones, como las complejidades de la tecnología, la diversidad de sus ámbitos de actividad, las relaciones personales y la asimetría de poder y conocimiento entre la empresa y muchos de sus *stakeholders* requieren en forma permanente investigar su presencia orientadora. Constantemente en esta simple investigación he debido recurrir a pedir prestado conceptos a otros ámbitos de la ética y de la filosofía. La ética empresarial de responsabilidad social en el ámbito nacional es precaria, la discursiva casi ignorada, ameritando ser investigada y desarrollada como disciplina desde la perspectiva de la academia filosófica en consideración a la incidencia creciente de la actividad empresarial en la felicidad y el bien común.

La responsabilidad social de la empresa es consustancial a la ética empresarial y es intrínsecamente parte de ella; la ética empresarial discursiva, racional y dialógica es *per se* de responsabilidad social. Sus principios de justicia y prudencia suponen la responsabilidad social o solidaria. La sociedad exige a la empresa responder a todos y cada uno de los grupos de interés afectados, y a sí misma por las consecuencias de sus decisiones y actuaciones, con el establecimiento de los principios éticos que las orientan.

La ética empresarial debe orientar todas las decisiones y actuaciones de la empresa, fundada en principios y virtudes universalizables. La orientación ética es exigible a todas las acciones de todos los niveles del proceso de la empresa. Ningún proceso, actor o afectado está eximido de someterse a esa orientación. La razón de ser de la ética empresarial es orientar en el mundo de la vida empresarial las decisiones y actuaciones de la empresa por su principio y fin último: el respeto a la dignidad humana del otro como sí mismo, y la estima de la propia dignidad.

La ética empresarial en la sociedad se fundamenta en la racionalidad de una acción dialógica argumentativa.

En la acción dialógica discursiva de la ética empresarial deben participar con disposicionalidad e igualdad de derechos todos los interlocutores válidos afectados por sus decisiones y actuaciones.

La sociedad exige que la actividad empresarial esté orientada por principios éticos conocidos, que respondan a las características del entorno afectado por las consecuencias de sus decisiones y actuaciones.

La empresa conoce el *ethos* e intereses de los diversos grupos de la sociedad de la que forma parte mediante la acción dialógica racional y argumentativa de los interlocutores válidos, permitiéndole asumir la responsabilidad social por la que se le pide cuenta permanentemente.

La ética discursiva de responsabilidad social se construye sobre la base de consensos de mínimos exigibles comunes o aceptados por los intereses de todos los interlocutores válidos afectados.

La construcción del consenso de mínimos exigibles a todos los involucrados y afectados en su actividad debe reconocer la participación de todos los niveles internos de la empresa inversionistas, ejecutivos y trabajadores, y de todos los grupos de intereses vinculados con ella, tales como proveedores, consumidores, distribuidores, prestadores de servicios, el mercado en general, el estado y el medio ambiente.

El cuidado del medio ambiente manifestado en el uso de los recursos naturales y animales puestos al alcance de su mano, la mitigación de los impactos que inevitablemente causa su actividad, son aspectos sobre los que la empresa debe responder, en tanto que afecta a otros que se vinculan con ella, como a otros que sin relacionarse podrían ser afectados en el futuro.

La responsabilidad social empresarial abarca además el uso y manejo racional de la tecnología apropiada, la consideración de la biogenética, la difusión y los medios de comunicación, y la selección de los recursos energéticos necesarios para su actividad.

Al interior de la empresa, la ética promueve la obligación de capacitar a sus colaboradores, según las funciones que se le asignan en el proceso productivo, así como el pago justo con sistemas equitativos de remuneración prudentes y equilibrados. Vela por un clima laboral grato, y, tiene en consideración los justos intereses de los inversionistas.

Respecto del entorno en que se desenvuelve, la empresa debe responder por el trato justo, oportuno, y respetuoso de los derechos de sus proveedores.

La ética empresarial orienta las normas morales por las que se rigen todas las actuaciones de la empresa en el contexto de la sociedad a la que afecta con las consecuencias que producen sus actos.

Si y solo si las actuaciones empresariales se rigen por normas orientadas por la ética de responsabilidad de los mínimos exigibles a los intereses de los afectados, la empresa contará con la confianza de quienes se relacionan con ella, necesaria para su sostenibilidad.

BIBLIOGRAFÍA.

- Apel, K.O. (2007). *La globalización y una ética de la responsabilidad*. Buenos Aires: Prometeo.
- Boeri, M. (2007). *Apariencia y realidad en el pensamiento griego*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.
- Aristóteles (2007). *Ética a Nicómaco*. Introducción, traducción y notas de José Luis Calvo Martínez. Madrid: Alianza Editorial.
- Conill Sancho, J. (2010). *Ética hermenéutica*. Madrid: Editorial TECNOS.
- Cortina, A. (1998). *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*. Madrid: Alianza Editorial.
- (2003). *Construir confianza, ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*. Madrid: Editorial Trotta.
- (2004). *La Responsabilidad Social de la Empresa y la ética empresarial*.
rillo.educ_salud. 21.12.2015
- (2005). *XIV Seminario permanente de ética económica y empresarial (2004-2005). Ética de la empresa, hacia un nuevo orden global*. Valencia: Fundación Etnor.
- (2007). *Ethica cordis. Isegoria. Revista de filosofía moral y política*. Núm.37 113–126
ISSN: 1130-2007.
- (2008). *Ética de la empresa, claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Editorial Trotta.
- (2010). *Ética mínima. Introducción a la filosofía práctica. Prólogo de José Luis L. Aranguren*. Madrid: Editorial Trotta.
- (2010 a). *Problemas éticos actuales. Revista Taula. Quaderna de Pensament*. Núm. 42. 173 – 185.
- (2011) *El que hacer público de las éticas aplicadas. Revista latinoamericana De Bioética*. Núm. 42 13 - 43
- (2015) *La responsabilidad social de la empresa y la ética empresarial*.
http://Rlillo.educsalud.cl/Capav_Etica_Becados_APS/Etica_Organizaciones/Cortina_A.Responsabilidad_social_de_la_empresa.pdf. 21.12.2015
- Friedman, M. (1970). Tr. Español The social Responsibility of Bussines is to increase its

- profits. *La responsabilidad social de la empresa es aumentar sus ganancias. The New York Time Magazine. September 13, (32-33; 122-124) 12.06.2015.*
www.colorado.edu/studengroups/Libertarious.
- García– Marzá, D. (2003) *Confianza y poder: la responsabilidad moral de las empresas de La Comunicación en: Cortina, A. y Sen A. Construir confianza, ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones.* Madrid: Editorial Trotta.
- (2004). *Ética empresarial del diálogo a la confianza.* Madrid: Editorial Trotta.
- (2007). *Responsabilidad social de la empresa: una aproximación desde la ética Empresarial. Veritas Vol. II, N° 17 183-204. ISSN: 0717-4675. Valparaíso*
- Habermas, J. (2003). *Acción comunicativa y razón sin transcendencia.* Buenos Aires: Paidós
- Höffe, O. (2012) *Ciudadano económico, ciudadano del estado, ciudadano del mundo. Ética política en la era de la globalización.* Buenos Aires: Katz Editores. ISBN 978-84-15917-96-0
- Kant, I. (1998) *Sobre la paz perpetua.* Madrid: Tecnos
- (2015) *Fundamentación de la metafísica de las costumbres.* Digitalizado por <http://www.librodot.com>
- Rawls J. (2006). *Teoría de la justicia.* Cambridge, Mass: The Belknap Press of Harvard University Press. ISBN 674-88014-5
- Ricoeur, P. (1991) *Ética y moral.* Traducción de Luz María Traverso Natoli Lectures 1.- Au tour du politique. Seuil, París.
- (2006). *Sí mismo como otro.* Siglo XXI de España editores, s.a.: México D.F.
- Taylor, C. (2001). *Multiculturalismo y las políticas del reconocimiento.* México: Fondo de Cultura Económica.
- Diario Financiero, Santiago 8 de marzo de 2016. *Chile está en una revolución de integridad Pág. 12.*
- Die Welt de Berlín 10 de octubre 2015. *Marke VW droht in die roten Zahlen zu rutschen. Seite 10.*
- El Mercurio de Santiago 1 de noviembre de 2015. *Eliodoro Matte y la difícil situación de la Papelera: “Al interior de la compañía existieron prácticas anticompetitivas. Pág. B8*

22 de noviembre 2015. *459 Carteles desbaratados y US\$ 10.735 millones en Multas: el balance de la colusión en Estados Unidos y Europa. Pág. B10*

31 de enero de 2016. *Es inédito que una Ministra vaya en contra de la voluntad De la Presidenta, quien me mantuvo la confianza hasta el final. Pág. B6.*