

Formación Gerencial Año 7, Nº 1 Mayo (2008)
ISSN. 1690-074x

DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD ÉTICA EN EL MARCO EMPRESARIAL

Isbeida Sánchez* Critina Seijo**

RESUMEN

Para sociedades como las actuales, que carecen de puntos de referencia trascendentes, compartidos por todos, dialogar es indispensable y es el criterio para llegar a acuerdos y decisiones empresariales sensatas. Por ello, la función empresarial ha sido desde sus orígenes, considerada por la ciencia política como una labor que implica una gran responsabilidad y un compromiso con los individuos, que, en conjunto son representativo de una sociedad.

Surge en este contexto la motivación del presente artículo, el cual pretende abordar una reflexión sobre las dimensiones de la responsabilidad ética en el marco empresarial a través de una técnica teórica documental sobre las variables en estudio. En el contexto de la ética, y en el ambiente empresarial es necesario que las personas sean imprescindibles en la estructura organizacional donde se desempeñan o laboran; dichas personas son las que cambian sus modos de ejecutar los procesos y procedimientos a medida que van adquiriendo conocimientos y experiencias. No obstante, la satisfacción a demandas de la ética empresarial integrativa apunta a la racionalidad empresarial, que es una combinación de racionalidades: comunicativa, estratégica y teleológica. Como se desprende de la comprensión de la ética empresarial en la clave ético – discursiva, ello es agregado a un modelo integral configurado como un marco, desde el cual reflexionar y poder elaborar respuestas de las exigencias morales, éticas y pragmáticas en el entorno empresarial, donde sus usos o dimensiones descriptivo, estratégico y normativo se combinan estableciendo una perfecta sintonía entre ellos, capaz de hacer explícita la corresponsabilidad convencida post-convencional.

Palabras Clave: Responsabilidad ética, Ética en el marco empresarial, Corresponsabilidad convencida post-convencional.

* Dra. Isbeida Sánchez. Licenciada en Administración de empresas, URBE. Licenciada en Relaciones Industriales. Carabobo. Magíster en Gerencia de Recursos Humanos. UNERMB. Doctorado en Ciencias. Mención Gerencia. URBE. Postdoctora en Gerencia de las Organizaciones. URBE. Docente de Universidad del Zulia. Núcleo LUZ-COL. Correo Electrónico: isbeida@hotmail.com

** Abogada. Cristina Seijo. URBE. Especialista en Recursos Humanos. LUZ., Magíster en Gerencia de Recursos Humanos. URBE. Doctora en Ciencias Gerenciales. URBE. Postdoctora en Gerencia de las Organizaciones. Docente de la Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada y de la Universidad Rafael Bellosillo Chacín. Correo electrónico: cristinasejioa@hotmail.com.

DIMENSIONS OF WITHIN THE FRAMEWORK ENTERPRISE THE ETHICAL RESPONSIBILITY

ABSTRACT

For societies as the current ones, who lack transcendent points of reference, shared by all, to talk it is indispensable and it is the criterion to come to agreements and managerial sensible decisions. For it, the managerial function has been from his origins, considered by the political science as a labor that it implies a great responsibility and a commitment with the individuals, that, as a whole they are representative of a society. There arises in this context the motivation of the present article, which tries to approach a reflection on the dimensions of the ethical responsibility in the managerial frame across a theoretical documentary technology on the variables in study. In the context of the ethics, and in the managerial environment it is necessary that the persons are indispensable in the structure organizacional where they get out of a jam themselves or work; the above mentioned persons are those who change his manners of executing the processes and procedures as they are acquiring knowledges and experiences. Nevertheless, the satisfaction to demands of the managerial ethics integrativa points at the managerial rationality, which is a combination of rationalities: communicative, strategic and teleological. Since it parts with the comprehension of the managerial ethics in the key ethical - discursive, it is added an integral model formed as a frame, from which to think and to be able to elaborate answers of the moral, ethical and pragmatic requirements in the managerial environment, where his uses or dimensions descriptive, strategic and normative are combined establishing a perfect tuning in between them, capably of making the convinced post-conventional corresponsabilidad explicitly.

Key Words: Ethical, Ethical responsibility in the managerial frame, convinced post-conventional Corresponsabilidad.

INTRODUCCIÓN

La reflexión, desde diferentes puntos de vista, acerca de las instituciones que gobiernan y rigen nuestras vidas no es una novedad en la historia del pensamiento filosófico, aunque si es una novedad que ese fenómeno se produzca prácticamente como consecuencia de la presión de la sociedad sobre las instituciones. Este es uno de los fenómenos más apasionantes que tiene el estudio de la ética empresarial; descubrir de qué modo es la presión de la sociedad, interna y externa, la que va forzando a la empresa a pensar tanto en el fin como los medios que se ha fijado en sus actividades, además de obligarle a reflexionar y asumir las consecuencias positivas y negativas de su praxis. Es muy interesante descubrir cómo la ética empresarial está relacionada con la búsqueda de legitimidad y credibilidad de la actividad empresarial, así como en el intento de forjar relaciones de confianza y cooperación en el seno de las empresas, puesto que son instituciones sociales.

Esta presión social sobre las empresas tiene su origen en erróneas prácticas empresariales, como: abusos de poder, quebrantos de normas o valores sociales y/o morales y falta de consideración de las personas como centro y razón de ser de las instituciones.

Aunque el inicio de la reflexión puede fijarse en estas presiones sociales, bien pronto han sido las empresas las que se han dado cuenta que no sólo es necesario dirigir bajo criterio para callar las críticas, sino que es también beneficioso y constituye una necesidad empresarial. En la tarea de definir modelos teóricos y prácticas para la reflexión y orientación de la práctica empresarial se han puesto a trabajar con una metodología interdisciplinaria, aunque no siempre se consiga, muchas áreas del pensamiento, desde la ética y la filosofía, a la sociología, pasando por la economía, la organización de empresas, y el derecho.

En este sentido, se puede decir que existe la necesidad de la

dimensión normativa que ofrece la ética discursiva para armonizar los diferentes intereses y para que no sean considerados como simples afectados, sino también como interlocutores y donde el poder a considerar no sea simplemente el poder estratégico sino también el poder comunicativo, capaz de generar consensos y proyectos a largo plazo. Con todo ello se pretende expresar que en la empresa existe un espacio para la dimensión ética, y ésta tiene que ver con los procedimientos, valores y comportamientos que las empresas configuran y crean para dar repuestas éticas desde una perspectiva post-convencional a sus entornos y a sus relaciones que tengan para la empresa.

1. La Ética Discursiva

El presente artículo tiene un doble objetivo: por una parte, explicar y justificar las coordenadas éticas que desarrolla, y por otra, centrar y definir lo que significa una perspectiva post-convencional o crítica que sea capaz de presentarse como un marco para

la reflexión acerca de los valores y normas que rigen la actividad empresarial, así como de guía para llevar a cabo acciones prudentes, responsables y justas.

La ética discursiva ofrece un marco procedimentalista dialógico que constituye una perspectiva válida y útil para reflexionar y explicitar las normas, valores y procedimientos que deberían guiar las decisiones y actuaciones en las prácticas empresariales. Una perspectiva post-convencional que presta atención tanto a los aspectos relacionados con el deber de la acción, como a sus consecuencias y el contexto en la cual tiene lugar.

En este sentido, Habermas (1982) y Apel (1985) han construido, sobre bases kantianas, un concepto de racionalidad práctica que intenta subsanar las dificultades derivadas de la racionalidad deontológica de Kant (1988), la cual ha merecido justamente las críticas elevadas por Machityre, (1994). Asume el proceso weberiano de “racionalización”, es decir, la emergencia de una racionalidad burocrática empeñada

en armonizar medios con fines predeterminados y sus consecuencias. El politeísmo axiológico, lo incluye en el marco de un proceso vasto, que coincide con la realización del programa de la ilustración.

El concepto de una acción comunicativa, diferente de la acción racional- teleológica, hace posible la idea de una racionalidad práctica, ella misma normativa, pero a diferencia de la racionalidad práctica, no será monológica (paradigma de la conciencia) sino dialógica o discursiva (paradigma del lenguaje). No obstante, se está ante una racionalidad que hunde sus raíces en el lenguaje humano, o precisamente lo que se denominaría, en su dimensión pragmática. Tanto Habermas (1982), como Apel (1991) reconocen que el uso lingüístico está orientado originalmente a producir entendimiento, al acuerdo entre los interlocutores. La ética del discurso tomará en cuenta, la consideración del lenguaje en tanto privilegia la concepción del lenguaje como proceso de comunicación.

La estructura lingüística de la racionalidad comunicativa se explicitará tanto en la pragmática universal como en la pragmática trascendental. En ambas, se coloca de relieve como a partir de las pretensiones formales de validez, verdad, corrección, veracidad y inteligibilidad, supuestas pragmáticamente en los actos del habla, que son inmanentes a formas de vida concreta, puede trascender en sus pretensiones a esas formas de vida, es decir, universalizarse.

2. La tarea de la Ética Aplicada

La filosofía moral tiene tres tareas a cumplir; la explicitación del ámbito moral, la fundamentación o justificación filosófica y la aplicación a los distintos ámbitos de la vida social. La ética aplicada tiene como propósito aplicar los principios éticos-teóricos, extraídos del proceso de fundamentación de los principios morales, a los diferentes ámbitos de la praxis humana. Pieper (1991) establece el objeto de comprender cuál podría ser la tarea de la ética aplicada como disciplina; al respecto

sostiene que la ética aplicada es una ciencia autónoma, a través de la aplicación de principios éticos generales a determinados ámbitos de la vida y la acción de una ética especial, que interpreta la exigencia de incondicionabilidad de la moralidad en relación con la moral de las diferentes ciencias prácticas.” Por tanto, se puede decir que la ética aplicada es una teoría, que posee un carácter interdisciplinario y cuya tarea es la de interpretar la incondicionabilidad que se encuentra en los ámbitos prácticos de las sociedades.

Desde esta perspectiva, la ética aplicada tendrá una doble función práctica y teórica. En primer lugar, es la de seleccionar en la resolución de conflictos sociales que están reclamando de su ayuda, pero no la de resolverlos, pues la función de aplicación de la ética únicamente puede orientar las decisiones de forma inmediata, ofreciendo un marco de reflexión para la toma de decisiones. Y, en segundo lugar, la función de la ética aplicada es la de colaborar en la configuración de una

autocrítica de la filosofía moral, proporcionando técnicas de argumentación y análisis que pueden ayudar a la gente a responder frente a conflictos de valores, suministrando justificación de prescripciones morales, probando la aceptabilidad de los principios morales aplicados.

Las sociedades actuales viven en un conflicto de valores permanentes, y necesitan guías que les ayuden en la toma de decisiones en el entorno, cuya complejidad se ha visto aumentada en las últimas décadas por los procesos de globalización económica, cultural, tecnológica, política y social, conflictos de valores que necesita de una reflexión e ir aportando razones convenientes para ir configurando espacios bien informados y con argumentos tanto pragmáticos, Éticos y morales.

3. La Praxis Empresarial Como Ámbito de la Ética Aplicada

La empresa puede entenderse como una actividad, en el sentido de que es una organización humana

cooperativa que persigue un fin social; en virtud de ello, la organización debe tomar conciencia que los valores y fines, deben orientar decisiones y hacerse responsable de las consecuencias previsibles que de ellas se sigan. De este modo se puede decir, que las prácticas o actividades están en relación con modelos de excelencias, cualquier tipo de acción en el ámbito empresarial, refleja la relación de la empresa con los demás y su entorno. En este sentido, la práctica empresarial debe responder a niveles de excelencia dentro de esa práctica que no son más que actitudes firmes o en terminología aristotélica, hábitos que se han adquirido con el tiempo.

Por tanto, las excelencias son el fruto de la inteligencia y del esfuerzo personal; no son naturales, sino que son modelos de comportamientos, hábitos que se eligen, se adquieren y se desarrollan. Más aún, las excelencias son el fruto de la inteligencia, son estrictamente sociales porque son formas de relacionarse con los bienes externos

o interpersonales. Así nadie puede iniciarse en una práctica sin reparar los niveles de excelencias o en aceptar la autoridad de los mejores modelos realizados hasta el momento, aunque éstos sean superables o modificables.

Dentro de este marco general, la ética aplicada trata de profundizar en ese ámbito moral que existe en las empresas, que posibilitan la práctica empresarial y que es universal, incondicionado y de auto-obligación en ella para ofrecer un marco de reflexión.

4. La ética Empresarial Como Hermenéutica Crítica

Siguiendo los postulados básicos de la ética discursiva, se pueden encontrar en la actualidad propuestas de desarrollo en el ámbito de la praxis empresarial; el objetivo de estos modelos integrativos que parten de la consideración de la existencia de tres tipos de racionalidad en la empresa, a saber, teológicamente, estratégicamente y comunicativa en la praxis empresarial y que tratan de

ofrecer un marco ético desde reflexionar y explicar las normas, valores y procedimientos.

La importancia del diálogo en la resolución de conflictos, tiene como principal objetivo, presentar los principios de una ética empresarial dialógica mediante un método que se ajusta a la racionalidad comunicativa procedimental que define la ética discursiva. La incondicionabilidad de la moralidad, con relación a determinados ámbitos de vida y acción, es de considerar, en virtud que en la praxis como en la teoría moral, existe un momento incondicional que es el que debe ser interpretado en cada ámbito práctico, explicativo y fundamentado en el nivel teórico.

Dentro de este marco general, la propuesta de la ética empresarial dialógica se presenta como una ética aplicada que tiene los tres niveles que están siempre interrelacionados pero que se pueden distinguir analíticamente y que permite hablar de un método propio para la ética empresarial en clave ético – discursivo. Estos tres niveles son: El

nivel de justificación del punto de vista moral en el ámbito empresarial; el nivel de adecuación o interpretación de los principios morales en el ámbito propio de la empresa y el nivel de resolución que quedará en manos de los propios afectados.

Por su parte, el nivel de adecuación está encargado de interpretar el principio ético empresarial, procedimental, universal y en la actividad empresarial. Así deberá, por ejemplo, interpretar el modelo de empresa, el concepto de responsabilidad, de organización, de cultura que sea más coherente y compatible con tal principio.

En conclusión, la ética discursiva permite delimitar el ámbito de la responsabilidad y posterior la propuesta de la ética aplicada como hermenéutica crítica, la cual ampliará los estrictos márgenes de la ética discursiva hacia una consideración no sólo de las decisiones de justicia sino también de prudencia.

La ética aplicada posee como características propias, la circularidad de la hermenéutica

crítica. Desde esa perspectiva, se mantiene que en todos los ámbitos de la praxis humana, existe un principio común a todos ellos, pero que se modulan en cada actividad o praxis de forma diferente, tal cual como lo establece Cortina (1997), en el cual cada campo tiene una innegable especificidad y por eso hay una melodía común a ellos, pero expresada en muy diferentes versiones”.

Ese principio común de todos los ámbitos sociales, es el principio procedimental de la ética del discurso, pero que actúa únicamente como trasfondo, como marco de actuación, por lo que, será necesario contar con otras tradiciones éticas para configurar ese modelo de aplicación. Cortina (1997), propone en este sentido, complementar este procedimentalismo discursivo con una reflexión sobre los valores o modos de vida desde una perspectiva aristotélica.

Este momento aristotélico permitiría reflexionar sobre los fines y medios necesarios para llevar a cabo las actividades sociales. En virtud de

ello, propone que una ética aplicada a la empresa, o lo que es lo mismo la propuesta de hermenéutica crítica como método de la ética aplicada, debería ser capaz de responder a un marco de referencia abierto que ofrece únicamente las coordenadas, desde las cuales poder situar y entender los problemas éticos que se manifiestan en cada ámbito práctico. La importancia que cobra en este modelo la conciencia moral alcanzada por la sociedad en nivel post-convencional, en el que no se considera justo lo que se adecúa a las normas de una sociedad concreta, sino a principios universales, a derechos humanos, y a valores que potencian la dignidad y humanidad; así como la interrelación de la empresa con su entorno económico, social, jurídico y ético.

5. Lo Ético y el Conocimiento Tácito

La ética empresarial considera de suma importancia un componente del conocimiento tácito que son los valores. Al respecto, Cortina (1996) plantea que dentro de los rasgos

más interesantes de la actividad empresarial relacionados con los valores están:

- La satisfacción de las necesidades y el desarrollo al máximo de las capacidades de sus colaboradores promocionando la libertad, la igualdad y la solidaridad desde el modo específico en que la empresa puede y debe hacerlo.
- La valoración irrenunciable referida a la calidad en los productos y en la gestión, la honradez en el servicio, el mutuo respeto en las relaciones internas y externas a la empresa, la cooperación por la que conjuntamente se aspira a la calidad, la solidaridad al alza, que consiste en fomentar al máximo las propias capacidades de modo que el conjunto de personas pueda beneficiarse de ellas, la creatividad, la iniciativa y el espíritu de riesgo.

Estos rasgos forman parte del conocimiento tácito existente en la empresa; es decir, aquel que resulta difícil de enunciar y de transmitir mediante el lenguaje formal (enunciados gramaticales, expresiones matemáticas,

especificaciones, manuales, entre otros.) y que está conformado por lo aprendido, gracias a la experiencia personal, e involucra factores intangibles como las creencias, el punto de vista propio y los valores.

En resumen, podría decirse que una organización de alta moral es aquella que cuenta con un proyecto de vida compartido del que forman parte elementos intangibles como la cultura de la calidad, la generación de confianza, la comprensión de las relaciones humanas comunicativas y cooperativas, la prudencia y el cálculo de las consecuencias por las decisiones tomadas en cuanto a su impacto hacia la comunidad.

Esto último, no es propuesto de forma explícita en los planteamientos de la gestión del conocimiento, aún cuando sí se considera la importancia del entorno empresarial como fuente de conocimiento que es procesado en su interior y transmitido para tomar decisiones que incidan favorablemente en su competitividad y respondan a las necesidades de la sociedad.

6. Factores que Afectan la Ética Empresarial

El que un individuo actúe con ética o sin ella es resultado de una interacción compleja entre la etapa de desarrollo moral y distintas variables moderadas, con características individuales, el diseño estructural de la organización, la cultura de la misma y la intensidad del problema ético.

Según Robbins y Coulter (2000) señala diferentes factores que influyen en el comportamiento ético:

a) **Etapas de desarrollo moral:**

Una investigación importante confirma la existencia de tres niveles de desarrollo moral, cada uno integrado por dos etapas:

- Nivel preconvencional: Influido exclusivamente por el interés personal. Las decisiones se toman en términos del beneficio propio según se definen las recompensas y castigos que provienen de diferentes tipos de comportamientos.
- Descripción de la etapa: Adherirse a las reglas y evitar castigo físico, seguir las reglas

sólo cuando sea en su interés inmediato.

- Nivel convencional: Influido por las expectativas de los demás, comprende obediencia a la ley, respuesta a las expectativas de otras personas importantes y un sentido general de qué es lo que debe esperarse.
- Descripción de la etapa: Cumplir porque se espera por las personas cercanas a usted, mantener el orden convencional al cumplir obligaciones que usted haya aceptado.
- Principios: Influido por principios éticos personales de lo que es correcto. Esto puede o no estar de acuerdo con las reglas o leyes de la sociedad.
- Descripción de la etapa: Valorar los derechos de otros, sostener valores y derechos no relativos sin importar la opinión de la mayoría, siguiendo principios éticos decididos por uno mismo aún cuando violen la ley.

b) **Características Individuales:**

Según Robbins y Coulter (2000), afirma que toda persona entra en

una organización con una serie de valores firmemente establecidos. Desarrollados desde los primeros años de un individuo (de los padres, maestros, amigos, entre otros), estos valores representan convicciones básicas acerca del bien y del mal.

De esta manera los individuos que componen una organización tienen valores personales muy diferentes.

También se ha determinado que hay dos variables de personalidad que influyen en las acciones de los individuos de acuerdo con sus creencias de lo que es correcto o incorrecto:

- **Fuerza del ego:** Es una medida de personalidad de la fortaleza de las convicciones de una persona. Las personas caracterizadas por una alta calificación en fuerza de ego podrán resistir impulsos y seguir sus convicciones en mayor grado que aquellas que tienen una fuerza de ego baja, es decir, los individuos con alta fuerza de ego hará muy probablemente lo considerado como correcto.

- **El Locus de control:** Es un atributo de personalidad, por cuanto mide el grado en que las personas creen ser dueñas de su propio destino. Las personas con un locus de control interno creen tener el control sobre su destino, las personas con un locus de control externo creen en los acontecimientos sucedidos en la vida por suerte o al azar.

c) **Variables estructurales:** Para Robbins y Coulter (2000), el diseño estructural de una organización ayuda a conformar el comportamiento ético de los empleados. Algunas estructuras proporcionan una fuerte guía en tanto que otras crean ambigüedades a los empleados. Los diseños estructurales que minimizan la misma y que continuamente recuerdan a los empleados lo que es ético, probablemente impulsarán un comportamiento ético.

Las reglas y los reglamentos formales reducen la ambigüedad. Las descripciones de puestos y códigos de ética escritos son ejemplos de guías formales que promueven un comportamiento

consistente, el comportamiento de los superiores es la influencia más fuerte en el comportamiento ético de un individuo.

d) La cultura de la organización: El contenido y la fortaleza de la cultura de una organización también influye en el comportamiento ético.

En efecto, Robbins y Coulter (2000), afirman que la cultura organizacional que con mayor probabilidad provoque normas éticas altas, será aquella que tenga una calificación alta de tolerancia a los riesgos, y control a los conflictos. Los gerentes de una cultura como esa son alentados a ser emprendedores e innovadores, están conscientes que las prácticas carentes de ética serán descubiertas y se sentirán libres de desafiar abiertamente demandas o expectativas que consideran no realista o no deseables en lo personal.

De todo esto se desprende, la cautela del Gerente de Recursos Humanos, al momento de aplicar el Subsistema de Provisión, durante el reclutamiento y selección de la persona indicada para ocupar cargos

estratégicos, constituidos por individuos con formación moral, por cuanto en ese instante, debe actuar la indagación por quien tiene la responsabilidad de seleccionar entre los candidatos presentes, considerando los caracteres, la fuerza del ego, autoestima, y principios predominantes en el individuo, de esto depende la ética en los empleados que conforman una organización.

Guèdez (2004), establece una matriz contemplada por otros factores claves, ponderados y cruzados con los criterios clásicos de la eficacia, eficiencia y efectividad. La eficacia se refiere a la orientación adecuada y pertinente. La eficiencia, en cambio, se asocia con la realización de las tareas previstas dentro de los lapsos previstos y con los recursos asignados. Finalmente, la efectividad es la relación entre producto e impacto.

Por otro lado, afirma que los factores aludidos se desagregan en los políticos, técnicos, administrativos, financieros, legales y ambientales.

- Los factores políticos representan la pertinencia estratégica y la oportunidad factible de una decisión.
- Los factores técnicos se asocian con la existencia de las infraestructuras necesarias y de las metodologías adecuadas.
- Los factores administrativos se vinculan con la capacidad organizacional de llevar adelante una iniciativa.
- Los factores financieros reflejan la disponibilidad económica y presupuestaria.
- Los factores legales se inscriben en el respaldo jurídico y normativo.
- Los factores ambientales, expresan la preservación, el respeto a lo ecológico.

Por último, toda acción humana tendrá como resultado unas consecuencias, más o menos previsibles sobre otros, en el ámbito organizacional, de empleados, no debe olvidarse por ser elemento clave para entender el comportamiento en su dimensión ética, por cuanto toda acción humana tiene consecuencias, sobre todo para la persona actuante. De

esta manera, se ha mencionado que el no cumplimiento del Código de ética, genera una sanción, esto no es ético, así, la adopción de una regla ética debe estar fundada en razones, no en la posibilidad de un castigo.

Aún cuando se habla de una sanción para los empleados, incumplidores de las normas o reglas establecidas, esto no constituye un acto ético, en virtud que ésta, se basa en la reflexión de lo moral, fundamenta lo moral, por tal razón, debe orientar las conductas tomando en consideración la reflexión y no la sanción, debido al daño generado al cometedor de la falta, no obstante, las organizaciones no pueden darse el lujo de obviar las sanciones, para quien no cumpla, pues de lo contrario su misión no se cumpliría, es decir, el logro de lo planteado tendría tendencia negativa.

7. El Papel del Experto Ético: La Asesoría Ético-Empresarial

En las últimas décadas han sido muchos los conflictos de valores y dilemas morales que se están planteando en la praxis empresarial,

su reflexión ha dado lugar también a una demanda de las empresas hacia los expertos en ética, en tarea de colaboración directa, consejo o asesoramiento. Aunque son diferentes las formas que están adoptando las asesorías éticas informativas y normativas, son las asesorías de carácter normativas a las que las empresas tienen una mayor demanda. Estas demandas se deben a necesidades que tiene la empresa de reflexionar y dirigir sus actividades en relación con las normas sociales y los principios morales que rigen su validez.

Las características de la asesoría ética normativa, consiste en primer lugar, en un proceso de ayuda a la toma decisiones en la organización que en un producto o decisión. En segundo lugar, es aquella que ayuda a la empresa a reflexionar sobre el tipo de procedimiento que está desarrollando en su interior o con relación a su exterior, teniendo en cuenta el principio de la ética empresarial dialógica. En línea general se podría decir que el papel

del experto ético tiene diez aspectos relevantes:

1. El experto ético no predica moralidad sino que lo analiza.
2. Es un especialista en formular y analizar la consistencia, coherencia y plausibilidad de las convivencias morales.
3. Está entrenado para estructurar un disentimiento moral, para identificar los núcleos de las controversias y para establecer hacia donde recae el peso de la prueba, busca normalmente juicios morales compartidos estructurando y ayudando en la solución de las principales controversias de la sociedad.
4. Un buen experto ético conoce que existen prohibiciones a la reflexión en el contexto moral y tratan de considerar los argumentos que podrían permitir avanzar.
5. Puede tomar posición de ética situacional o contextual como último recurso.
6. Podrá siempre llegar a ser decididamente poco amistoso,

en el discurso de los debates morales; esto incluye estrategias de inmunidad, descrédito moral de los disidentes y la asunción de falsa autoridad, por ejemplo, en la actualidad existen muchas campañas de concienciación sobre violación de derechos humanos por parte de empresas multinacionales que están diseñadas por expertos éticos.

7. No asume el poder motivacional de las convicciones morales.
8. Trata de separar y clasificar las cuestiones morales urgentes de las básicas; es decir, aporta nuevos elementos y herramientas sobre los métodos y estatutos de la ética aplicada como sistema de pensamiento.
9. Recurre a muchas ayudas formales que existen en la utilización de la lógica formal para desarrollar modelos de toma de decisiones.

10. Conoce cómo, normalmente, la experiencia proveniente de otras disciplinas científicas debe ser también reclamada a la clasificación de las cuestiones morales.

No obstante, el experto ético es aquel que posee las habilidades y destrezas para desarrollar un cierto tipo de razonamiento, que tiene en sus manos un cuerpo relevante de conocimientos y que está comprometido con la utilización de esas habilidades y conocimientos para valorar los puntos fuertes y débiles de los argumentos y posiciones morales.

8. La Empresa Como Agente Ético

A lo largo de este punto se tratará de responder a la pregunta clave de quién es el sujeto clave de la responsabilidad de la empresa, pregunta que no ha estado expuesta de discusión y debate tanto en las teorías organizacionales como en las teorías éticas. Por un lado, aquella que niega la posibilidad de considerar a la empresa como un sujeto de responsabilidad y, por otro

lado, aquella que, con firmeza, argumenta que las empresas son, al igual que las personas morales, sujetos de responsabilidad.

Existen tres posiciones que servirán de guía para el desarrollo de la investigación. La primera señala que el sujeto de responsabilidad es el individuo responsable que goza de capacidad de actuación y decisión, pero no la organización como un todo; así es la persona individual la que debe responder de sus actos. La segunda señala, que el sujeto de responsabilidad empresarial es la empresa en sí, en este sentido, postula que a la empresa, al igual que a las personas, se le puede y debe atribuir responsabilidades, pues poseen intención y se guían por criterios morales. La tercera señala, intentar argumentar a favor de una posición que permite afirmar que tanto las empresas como los individuos que la configuran, son sujetos de la responsabilidad social empresarial. Para presentar los argumentos que apoyan a esta tercera posición, se analizarán, en primer lugar las dos posturas más

alejadas para después mostrar la posibilidad de una respuesta que considera que la empresa es un sujeto de responsabilidad en su calidad de agente moral.

Este planteamiento se encuentra argumentado; de un modo elocuente, en los trabajos de M. Friedman (1993) y Ladd (1986), defendido en su propuesta de ética empresarial por Velásquez (1996). Esta posición mantiene que sólo los individuos son sujetos de responsabilidad, pero nunca las organizaciones o empresas como tales. Así, por ejemplo, Friedman (1993) en su intento de delimitar el ámbito de la responsabilidad social empresarial, se pregunta quién es responsable y a quién se le puede imputar responsabilidades. Friedman (1993) considera, que esta pregunta es anterior a cualquier otra que se pueda plantear dentro del discurso de la responsabilidad social empresarial, porque dependiendo de la respuesta que se encuentre se sabrá de las implicaciones sobre la concepción de la responsabilidad social empresarial. Con estas

palabras, Friedman (1993) introduce el tema: “los discursos sobre la responsabilidad social de las empresas y su negocio se caracterizan por su imprecisión analítica y su falta de rigor. ¿Qué significa afirmar que las empresas tienen responsabilidades? ¿Tan sólo la gente tiene responsabilidad? Una corporación es una entidad artificial y en este sentido, puede tener responsabilidades artificiales, pero no se puede decir que las empresas tengan responsabilidad por sí misma, ni siquiera en sentido abstracto. El primer paso para esclarecer la doctrina de la responsabilidad social de los negocios se basa, precisamente en preguntar para quién y qué es lo que esto implica”.

Como se puede inferir, Friedman (1993) circunscribe el debate o discusión de la responsabilidad social de las empresas a las responsabilidades que las personas como individuos puedan tener. Los ejecutivos o propietarios como personas son los que pueden ser considerados sujetos de responsabilidad, pero no una

organización o entidad creada de modo artificial por las personas, como son las empresas. Su posición, por tanto es que únicamente de modo individual y personal puede ser responsable y no se pueden atribuir responsabilidades a las organizaciones o instituciones.

9. La Responsabilidad Ética de las Organizaciones

El término Responsabilidad (Ética de la) viene de los términos latinos *responsum* (respuesta) y *daré* (dar), responder de lo hecho, de nuestros propios actos y de las consecuencias de ellos derivadas ante uno mismo (conciencia) o ante alguien. Por otra parte, el *spondere-raíz* de *respondere*-significa “prometer solemnemente”, “dar la palabra”. Responsable es, pues, quien es capaz de justificar sus acciones, de explicar, de dar razón de lo que hizo y por qué lo hizo.

La responsabilidad es una consecuencia de la libertad. Sin libertad no es posible hablar de responsabilidad (Blázquez, et al, 1999). Si no pudimos actuar de otro

modo, si el hombre no es dueño de sus actos (acto moral), si carece de la capacidad de autodeterminarse, no debe sentirse responsable.

Por eso, al hablar de los actos morales, se enumeran una serie de circunstancias atenuantes o dirimentes que modifican la responsabilidad del acto moral, como la ignorancia de las circunstancias y consecuencias de la acción (que afecta al conocimiento o advertencia de la acción).

Asimismo, según Cortina (1998) debe ser una ética de la responsabilidad convencida, caracterizada por la presencia de un interés de doble vía, un interés propio y un interés común, donde sus interlocutores válidos tales como directivos, empleados, accionistas, clientes, proveedores y la sociedad en general, concreten una participación efectiva en la calidad y excelencia de lo demandado, resultado del respeto de los derechos humanos y cumplimiento de las obligaciones, a través de la cooperación y la corresponsabilidad

de las acciones presentes y las consecuencias futuras no previstas.

Los valores de interés quedarán inscritos dentro de las dimensiones de sustentabilidad (valores económicos-ecológicos); gobernabilidad (valores sociales) y cooperatividad (valores humanos), la sustentabilidad es un proceso intrínsecamente consustanciado con las verdaderas necesidades, expectativas y capacidades del ser humano.

El vocablo sustentabilidad remite a entender que la generación actual debe satisfacer sus necesidades sin comprometer la posibilidad y capacidad que tienen las generaciones futuras para satisfacer las propias. Comprende el crecimiento económico que garantiza la suficiente producción de riqueza para una sociedad.

Asimismo, el crecimiento económico reclama valores asociados a la productividad, entendida como la capacidad de lograr las metas dentro de los plazos previstos, en función de las pautas contempladas y de acuerdo con los

recursos asignados. La competitividad, asumida como la capacidad para reaccionar adecuadamente ante los riesgos y oportunidades del entorno. Y la eficacia, entendida como sentido de orientación y conciencia de los resultados.

En este sentido, la equidad social que permita una distribución equilibrada de la riqueza y la preservación ambiental que agrega condiciones de vidas sintonizadas con una humana realidad ecológica. Comprende actitudes asociadas con los valores de inclusión, responsabilidad social, y justicia. La inclusión es la capacidad de la sociedad para abarcar, incorporar y dignificar a todas las personas que conviven en ella.

No obstante, la responsabilidad social es el ejercicio de la autonomía personal a favor de los otros; es la capacidad de aceptar las obligaciones derivadas de pertenecer a un grupo, organización, comunidad o sociedad; implica interés y deseo, es decir, implica a la razón y al corazón en coincidencia con un

propósito de trasciende al individualismo. Cuando la responsabilidad se acompaña con sensibilidad y compasión se traduce en el mejor apoyo de la acción social.

En virtud de ello, la justicia expresa la igualdad de oportunidades y la capacidad de armonizar los intereses propios con los de los otros para favorecer beneficios recíprocos.

La preservación ambiental convoca la conservación que promueve el mantenimiento y cuidado del equilibrio ecológico, así como la adaptabilidad que se refiere a la capacidad de convivir con ambientes diversos cuyas especificidades reclaman disposiciones diferentes.

Siguiendo un mismo orden de ideas, la gobernabilidad se refiere a la institucionalidad que afianza la legalidad y legitimidad de las organizaciones e instituciones a fin de garantizar el ejercicio de una capacidad inscrita en los más elevados principios del bien común. La legalidad que es el respaldo y

sustento proporcionado por las leyes vigentes y la legitimidad es el respaldo asociado a los principios, normas y costumbres que pautan el devenir de una organización o sociedad. Por su parte, la conciencia cívica sugiere los valores de participación que son las acciones ejercidas en función de los propósitos que se persiguen.

Asimismo, la tolerancia y la cooperatividad que promueve la sinergia entre el estado, la empresa y las organizaciones no gubernamentales. En relación a los valores que corresponden asumir a las empresas, primeramente se encuentra la flexibilidad para adaptarse a exigencias sociales cambiantes, la solidaridad para decidir sus acciones en función de la idea de servicio y la convivencia como pauta para contribuir con la armonía de todos los aspectos que integran la sociedad. (Guédez, 2006).

De acuerdo a ello, se puede inferir que la responsabilidad moral de las empresas, son elementos y estructuras para explicar el carácter

moral de la misma. A partir de este análisis se puede entender la responsabilidad moral como una dimensión profunda, inherente al resto de responsabilidades empresariales.

Un concepto de responsabilidad moral empresarial caracterizada por ser post-convencional y de corresponsabilidad, con otras instituciones, bien sea económico y jurídico-administrativo.

El objetivo se desarrollará en los siguientes pasos: en primer lugar, analizar el concepto de responsabilidad desde una perspectiva ética con la intención de encontrar una orientación acerca de los elementos constitutivos de la misma. En segundo lugar, examinar la estructura y funcionamiento de la responsabilidad. Y en tercer lugar, se propondrá una definición de responsabilidad moral empresarial desde una perspectiva post-convencional como corresponsabilidad moral y dimensión profunda de los diferentes ámbitos de responsabilidad empresarial.

El modelo interpretativo de la responsabilidad empresarial de Kant (1988) y Brown (1992), se apoya en la idea básica en la cual afirma que la responsabilidad está unida a la capacidad de elección que la empresa tiene ante sus diferentes ámbitos o esferas, con los que se encuentran en interrelación e interpretación de la esfera económica, legal y ética.

De este modo, afirma Zubiri (1986), la vida o realidad moral constituye un modo de la vida abierta a un campo de sentido, entendido como posibilidades apropiadas, que constituyen una auténtica apropiación creativa, configuradora de un estilo de vida innovador. El análisis de algunas empresas muestran claramente este punto al que se ha llegado acerca de la realidad moral de las personas y las organizaciones que van de la mano con los conceptos de libertad, decisión y vida, razón experiencial (una razón que siente, experimenta y posee las posibilidades de su entorno) y posibilidades apropiadas de Zubiri (1986), las cuales poseen

una realidad moral puesto que con cada una de las decisiones que adoptan van configurando un estilo de vida innovador.

10. Tipos de Responsabilidad Ética

La responsabilidad ética, radica en la voluntariedad de quien realiza la acción, además que el empleado en el ambiente organizacional, debe ser responsable de sus actos, es decir, hacerse dueño de sus actos, a través de su conocimiento y consentimiento.

En relación a esto, Guillén (2006), sostiene que en las organizaciones modernas, existen multitud de presiones, para realizar acciones sin ética. El logro de objetivos a toda costa, la presión de los plazos, la urgencia por dar respuestas para estar a la altura, la necesidad de cambiar e innovar continuamente. Estos y otros factores, dificultan la reflexión y producen tensión.

En síntesis, un empleado responsable antes de tomar una decisión, debe juzgar o analizar las posibles alternativas y prever las

posibles consecuencias que se deriven de ellas, es decir, le interesa los hechos de la situación tratada en el momento, por lo que el ser humano es libre.

No obstante, el ser humano puede dar respuesta de sus acciones y de sus omisiones; por este motivo existe, en el ámbito de la ética organizacional, diferentes responsabilidades éticas, sostenidas por Guillen (2006), estas son:

- Responsabilidad por comisión:

Corresponde a actos directamente voluntarios realizados con intención de conseguir una meta u objetivo, todo acto voluntario, es imputable a quien lo realiza, por ejemplo si a nivel organizacional se corrige a un trabajador en público, por algo que ha hecho mal, se está dañando su fama y destruyendo confianza, en relación con esa persona. El que comete esta acción es responsable por comisión de un acto injusto.

- Responsabilidad por omisión: Se produce cuando se realiza actos que había obligación de hacer y realmente que podían hacer. Puede existir una voluntariedad directa, en

el sentido que se ha tomado la decisión consciente y libre de no actuar, o bien una voluntariedad indirecta, en el sentido que ha faltado advertencia o interés por negligencia o imprudencia. Con respecto al mismo ejemplo de corrección, hay ocasiones en las cuales es necesario corregir, pues de no hacerlo, se causará un mal mayor a la organización. Si la persona que tiene el deber y el derecho de hacerlo no lo hace, es responsable por omisión.

- Responsabilidad por inducción a

acciones: Se da en cualquier acción en que se incita a otra persona o personas a comportarse de determinado modo, siendo responsable de la causa que lleva a otro a obrar así. Este tipo de responsabilidad es mayor en la medida en que se tienen la posibilidad de influir en el comportamiento de más personas. No obstante, sea cual sea el puesto en que se trabaja en una organización se puede influir en mayor o menor medida en el comportamiento ajeno.

Asimismo, cuando un empleado hace petición a un colega para el acto de contar algo que no debe, o le entregue algo al cual no tiene derecho, propiciará comportamientos generadores de desconfianza. También existen influencias del comportamiento de otros de un modo menos directo, como el de la petición o mandato, este es la persuasión, el propio sistema de incentivos o evaluación del desempeño del trabajo, son modos de persuasión, por cuanto propician determinados comportamientos.

- **Responsabilidad por cooperación:** Se da en aquellas acciones en las cuales se colabora, o se contribuye a la realización de las actividades de otros, responsable en cierta medida de aquella gestión en la cual se apoya. Al respecto, se puede mencionar la participación inmediata a una labor ajena, tomando parte en la acción humana, por otro u otros. No obstante, otro modo de cooperación que genera responsabilidad en las acciones ajenas, muy similar a la anterior, es la colaboración, que implica realizar

funciones que facilitan que otros puedan obrar, o aportar elementos que favorezcan la actividad decidida por un tercero.

Por otro lado se puede sostener, además de las mencionadas, la responsabilidad que puede sobrevenir por la realización de la acción o bien por su omisión, éste se aplica al caso de inducción y de cooperación, ocurre cuando no se alaban comportamientos dignos de ello, o bien cuando se deba corregir a quien debe ser corregido, se destruye confianza.

En consecuencia a lo expuesto, se sostiene la acción humana racional en las organizaciones, como el eje central de la ética, en virtud que su orientación es guiar al individuo o empleado a ejercer sus labores con responsabilidad ética, donde su conducta depende de sus sentimientos, circunstancias, hábitos, por tanto, su formación ética o excelencia personal, depende de sus hábitos, asociados a su carácter o modo de ser.

CONCLUSIONES

La cuestión ética es una preocupación, que se debate, cada vez más en muchas organizaciones empresariales, en virtud de ello, a través de este artículo se permite plantear un método de aplicación de la presión ética – discursiva a la empresa o, lo que es lo mismo, interpretar o adecuar el punto de vista moral o perspectiva post-convencional en la gestión o dirección empresarial, no obstante, atendiendo siempre a las consecuencias de las acciones y también a los contextos de acción, y sin perder de vista la dimensión o ámbito moral que es universal, incondicional y de auto obligación.

Este modelo integral, el cual requiere reflexionar y poder elaborar respuesta de las exigencias morales, éticas y pragmáticas del entorno empresarial, al reunir y combinar los tres usos de la metodología. Así, este modelo da satisfacción a demandas de la ética empresarial integrativa que apunta a la racionalidad empresarial, en virtud

que es una combinación de tres tipos de racionalidad: comunicativa, estratégica y teológica, como se desprende de la comprensión de la ética empresarial en la ética – discursiva.

Asimismo, por lo que respecta al método de ética aplicada a la praxis empresarial, se concluye del enfoque propuesto, que éste debe apuntar a un método integrativo donde la racionalidad de la empresa y la racionalidad ética o moral se entienda como dos esferas separadas que únicamente se afectan, sino que son dos espacios que tienen un efecto compartido que es el ámbito de la racionalidad empresarial, y que los expertos éticos, los cuales son los principales actores empresariales, deberían tratar de sacar a la luz, aquellos criterios que constituyen los criterios de validez moral postconvencional en la actuación empresarial. Es decir, las normas que permiten que la empresa goce de la confianza y la credibilidad social.

Referencias Bibliográficas

Apel, K. O. (1985). La Transformación de la Filosofía. Análisis del Lenguaje, Semiótica y Hermenéutica, Editorial Visor / Machado. Madrid.

Apel, K. (1991). Ética Comunicativa y Democrática. Editorial Paidós Iberica, S.A. Barcelona.

Apel, K. O. (1991). Teoría de la verdad y la ética del discurso. Editorial Paidós Iberica, S.A. Barcelona.

Brown, M. (1992). La Ética en la Empresa. Editorial Paidós Iberica, S.A. Barcelona.

Blázquez, F.; Devesa, A.; Cano, M. (1999). Diccionario de términos éticos. Editorial Verbo Divino. España.

Cortina, A. (1996). Rentabilidad de la ética para la empresa. Editorial Trotta. Colección Estructura. Serie Filosofía. España. Madrid.

Cortina, A. (1997). Ética y Empresa. Editorial Trotta. Colección Estructura. Serie Filosofía. España. Madrid.

Cortina, A. (1998). Ética en la Empresa. Simancas Ediciones. España. Editorial Trotta. Colección Estructura. Serie Filosofía. España. Madrid.

Friedman, M. (1993). The social responsibility of business. Editorial Ediciones Granicas, S.A. Barcelona.

Guédez, V. (2004). La Ética Gerencial. Instrumentos Estratégicos que facilitan decisiones correctas. Editorial Planeta, Fondo Editorial del Centro Internacional de Educación y Desarrollo. Segunda Edición. Venezuela.

Guédez, V. (2006). Ética Gerencial. Ediciones Planeta. Venezuela.

Guillen, M. C. (2006). 2+2 Estratégicamente 6. Editorial McGraw Hill. Colombia.

Habermas, J. (1982). Conocimiento e interés. Madrid.

Kant, I. (1988). Lecciones de Ética. Editorial Tauros. Barcelona.

Ladd, J. (1986). Person and Responsibility. Editorial Haven Chart student Publishing. LTD. Barcelona.

Machityre, A. (1994). Historia de la Ética. Editorial Trotta. Colección Estructura. Serie Filosofía. España. Madrid.

Pieper, A. M. (1991). Ética y Moral. Una Introducción a la filosofía práctica. Editorial Rialp, S.A. Barcelona.

Robbins y Coulter (2000). Comportamiento Organizacional. Editorial Prentice Hall Hispanoamericano, S.A. México.

Velásquez, M. G. (1996). Why Ethics Matters. Business quarterly. Editorial Granica. Barcelona.

Zubiri, X. (1986). Sobre el Hombre. Editorial Alianza. Sociedad de Estudios y Publicaciones. Madrid.