

---

## **LA INVESTIGACIÓN EN ÉTICA EMPRESARIAL<sup>1</sup>**

ELSA GONZÁLEZ ESTEBAN

---

<sup>1</sup> El presente artículo tiene su origen en la comunicación presentada en las «I Jornades per al Foment de la Investigació en Ciències Humanes i Socials», que ha sido reelaborada a la luz de la Tesina de Licenciatura que presenté en junio de 1996.

---

## 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las investigaciones que en materia de Ética Aplicada se desarrollan tanto en Norteamérica como en Europa centran buena parte de su atención en la conceptualización, definición y desarrollo de una Ética de las Organizaciones Empresariales. La pretensión de este artículo no es otra que la de mostrar algunos de los aspectos básicos con los que cualquier investigador tiene que tratar cuando comienza a trabajar en esta disciplina. De este modo, es necesario en primer lugar mostrar qué concepto de ética empresarial se está utilizando en la investigación. Y, en segundo lugar, conocer cuáles son los niveles de aplicación de la ética a la empresa, para delimitar los ámbitos o niveles de reflexión que abarca la investigación en ética empresarial.

Para desarrollar estos dos objetivos es fundamental aproximarse al fenómeno de la Business Ethics, y su desarrollo en Estados Unidos y Europa. Esta aproximación nos permitirá ver que la investigación en Ética Empresarial es todavía muy novedosa, y no posee unanimidad, ni en el término a utilizar para denominarla, ni en la delimitación de su objeto de estudio. Así veremos que son varios los autores que apuntan una «necesidad» de aprender unos de otros para avanzar más en el desarrollo de una teoría de ética aplicada a la empresa que atienda a todos los niveles en los cuales se puede aplicar.

La comparación de la investigación de estos dos continentes será uno de los motivos por los que nos centraremos en el estudio de un enfoque diferente para enfrentarnos a la aplicación de la ética a la empresa. Un enfoque que se centra en la delimitación y estudio de los grupos de intereses que se poseen, intereses en la empresa. Es como veremos una metodología que pretende ayudar a los responsables de la dirección de las empresas a identificar los diferentes grupos de intereses económicos, políticos, sociales y morales, para tomar sus decisiones empresariales teniendo en cuenta las consecuencias éticas que de ellas se pueden generar.

## 2. LA ÉTICA EMPRESARIAL ES UNA EXIGENCIA DE LA SOCIEDAD

El tema de la ética empresarial ha cobrado gran relevancia en nuestros días, y no sólo porque las investigaciones, la bibliografía y las revistas especializadas sobre el tema se multiplican rápidamente,<sup>2</sup> sino también porque la propia realidad económica y empresarial lo señalan casi a diario en los medios de comunicación. Tanto a nivel político como económico los grandes titulares sobre beneficios indebidos mediante fraudes, sobornos, corrupción, privilegios, competencia desleal, productos en mal estado, etc., han dado lugar en muchos países europeos a demandar que de algún modo se ponga freno a estos y a otros problemas que han irrumpido con fuerza en nuestras conciencias desde hace algunas décadas: contaminación del medio ambiente y del planeta; marginados del desarrollo; seguridad de los productos y de los procedimientos; cuestiones sobre los límites de una competencia mundial implacable, y un largo etcétera.

Esto ha conducido, por una parte, a que en aquellos lugares donde la sociedad civil está configu-

---

<sup>2</sup> Ver al respecto de la bibliografía sobre el tema Fernández Fernández, J. L., *Ética para empresarios y directivos*, Madrid, ESIC, 1994, págs. 201-206, así como sobre las Universidades y los Centros de Investigación en ética económica y empresariales en Cortina, A. y otros, *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*, Madrid, Trotta, 1994, págs. 145-146.

---

rada y posee fuerza se demanden comportamientos éticos a las organizaciones empresariales delante de este tipo de actuaciones que son consideradas inmorales e incluso escandalosas. Y, por otra parte, ha conducido a que los empresarios sean cada vez más sensibles y receptivos ante estas demandas, o al menos ante ciertos abusos, pues sin la confianza de la sociedad y la credibilidad empresarial cualquier organización se aboca, a corto o largo plazo, al fracaso en el mercado.

Sin embargo los empresarios no poseen respuestas claras, ni en muchas ocasiones saben aprovechar las vías de institucionalización de la ética en sus organizaciones, por lo que son también los propios empresarios y directivos los que piden que desde la ética se les ofrezcan caminos u orientaciones para guiar su conducta de modo racional, y sin que esto suponga una pérdida de beneficio.<sup>3</sup> De este modo la investigación que estoy realizando parte de una concepción de Ética Aplicada, no como un correctivo externo y sancionador de la empresa, sino como un saber que pretende orientar la acción humana en un sentido racional.

Es decir, la ética empresarial no tiene por qué ser un freno para el beneficio económico de las empresas, sino que ésta le confiere a la organización empresarial la legitimidad social que necesita para poder desarrollar su actividad. Y, por lo tanto, no merma su eficacia económica, sino que la incrementa ofreciéndole un largo plazo en el mercado. Además, desde esta concepción de ética empresarial, desde la cual se contempla tanto la necesidad del beneficio económico, como el cumplimiento de la responsabilidad social y ecológica de la empresa, la empresa adquiere mayor capacidad de innovación, competitividad y logra una carta de presentación propia en el mercado.

Partimos pues de una concepción de ética integrativa, donde la pregunta por la ética en las organizaciones empresariales apunta a todas aquellas decisiones que siendo justas, es decir que deberían darse siempre en la actividad empresarial, son al mismo tiempo prudentes.<sup>4</sup> Nos encontramos pues ante un enfoque que:

[..].critico de la ética económica que no se contenta ni con la *delimitación* externa del ámbito de validez de la racionalidad económica por una moralidad extra-económica (enfoque correctivo), ni con la «pura» *aplicación* a la ética de la racionalidad económica «dada» (enfoque funcional), sino que apunta a la ampliación de la concepción de la racionalidad económica desde sus principios normativos.<sup>5</sup>

Desde este enfoque toman cuerpo tanto los presupuestos deontológicos como los teleológicos que en la actividad empresarial se manifiestan.

Es decir, desde esta conceptualización de la ética empresarial se deben tener en cuenta tanto las cuestiones referentes a la prudencia y a la determinación del bien interno de la empresa, como la pregunta por la justicia de la corporación. Por tanto, es irrenunciable el momento deontológico de la ética discursiva. La ética discursiva nos muestra que no se puede renunciar a entrar en diálogo con todos los afectados por las decisiones, políticas o acciones que una empresa adopte o lleve a cabo en cualquiera de los niveles de aplicación de la ética a la empresa. Diálogo en el cual se tome a los demás no como medios sino como fines en sí mismos y como interlocutores válidos.

<sup>3</sup> Cfr. al respecto en Cortina, A y otros, *op. cit.*, págs. 13-15; Fernández Fernández, J. L., *op. cit.*, págs. 26-28; Gelinier, O., *Ética de los negocios. ¡Basta ya de ir a la deriva!*, Madrid, Espasa-Calpe, 1991, págs. 9-11.

<sup>4</sup> Para ver la distinción existente entre una orientación de la actividad empresarial de modo prudente y una orientación de la actividad empresarial de modo justo ver Cortina, A., «¿Qué es la ética?» en Cortina, A. y otros, *op. cit.*, págs. 7-33.

<sup>5</sup> Ulrich, P., «Bases para una ética económica crítica» en *Conferencias y trabajos de investigación del instituto de dirección y organización de empresas*, núm. 83, Alcalá de Henares, 1993, pág. 37.

Esta concepción de ética empresarial no entra en conflicto con la racionalidad económica entendida como eficacia, sino que la racionalidad comunicativa se convierte en una condición de posibilidad de la eficacia y de la competitividad. Pero la ética empresarial no se reduce simplemente a la racionalidad comunicativa, sino que, dado su carácter procedimental normativo, precisa de unas políticas concretas que permitan llevar a la práctica sus presupuestos. Para ello será necesario que la racionalidad estratégica no permita caer a la racionalidad comunicativa en idealidades. En definitiva, desde la ética empresarial integrativa la racionalidad de una empresa tiene que ser tanto normativa, como estratégica y operativa. Así, se integra la cuestión ética desde dentro del ámbito de la empresa.

Desde esta concepción de ética empresarial integrativa es una exigencia conocer cómo es la realidad empresarial y delimitar, de modo analítico, los niveles en los cuales la ética puede implementarse, para finalmente mostrar de qué modo se podría llevar a término esta aplicación de la ética a la empresa.

### **3. DIFERENTES NIVELES DE APLICACIÓN DE LA ÉTICA A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL**

Georges Enderle propone que todo problema moral puede ser visto y analizado a través de tres preguntas (qué se hace, qué se puede hacer, y qué se debería hacer) en tres niveles que son cualitativamente distintos, tanto en sus metas, intereses, como en las motivaciones que se pueden encontrar dentro de cada uno de ellos para la acción.<sup>6</sup> Estos niveles serán los siguientes:

–nivel individual o micro-nivel: las preguntas sólo cuestionan y esperan respuesta del individuo en solitario. Y de las respuestas se espera conocer cómo percibe y cómo asume su responsabilidad ética en la actuación del día a día.

–nivel organizacional o meso-nivel: las preguntas se dirigen a las organizaciones, que como tales también son responsables, pues poseen sus propios fines, medios, valores e intereses. La cuestión principal en este nivel es la toma de decisiones y acción de las organizaciones. Este nivel organizacional puede entrar en conflicto con el nivel individual de las personas que desarrollan una actividad junto con más individuos a nivel organizacional. De este modo se considera que las organizaciones o corporaciones son «agentes morales», puesto que se pregunta también qué se debe hacer desde la corporación.

–nivel de sistema o macro-nivel: se refieren al sistema en toda su globalidad, a las condiciones de posibilidad que se ofrecen en él y a su configuración y razón de ser. Éste podrá entrar en conflicto o contradicción con los dos niveles anteriores, puesto que incluirá respuestas que afectarán a los dos niveles anteriores.

En cada nivel, los actores poseen una extensión mayor o menor de espacio de libertad para la toma de decisiones, esto implica que existe una correspondencia de la responsabilidad ética entre todos ellos y que deben atender a un ámbito de actuación que está limitado por condiciones que ellos no pueden cambiar, por lo menos por ahora. Ningún nivel puede sustituir a otro. Por lo tanto, la concepción de los tres niveles contrasta con la distinción común entre el micro- y el macro-nivel en econo-

---

<sup>6</sup> Cfr. en Enderle, G.: «¿Qué es la Ética Económica?» en *Economía*, vol. XVI, núm. 31, junio 1993, págs. 97-100. y «A comparison of Business Ethics in North America and Europe» en *A European Review*, vol.5, núm., 1, enero 1996, págs. 33-46.

---

mía y sociología. La persona individual es explícitamente dirigida como actor moral, a diferencia del que toma las decisiones en microeconomía y microsociología.

A su vez, De George<sup>7</sup> propone, desde una perspectiva más aplicada, analizar los siguientes aspectos en cada uno de los niveles:

a) aplicar los principios de la ética general a los casos y prácticas de la empresa, para determinar qué acciones son inmorales y cuáles no. Esta aplicación y determinación de casos y éticas (y no éticas) deberá ir acompañada de una atención, clasificación y discusión. Y al mismo tiempo conduce a pensar cómo se podrían prevenir los casos o prácticas negativas e ir implementando cada vez más la actuación ética en las empresas o qué políticas deben ser adoptadas para que sea posible.

b) investigar si los términos morales que son usados generalmente para describir a los individuos y las acciones pueden ser también utilizados en el estudio de las organizaciones, corporaciones, empresarios, etc. Sobre todo, porque el análisis de los problemas de la ética aplicada a la empresa no puede ser llevado a cabo en la abstracción de una teoría ética pura, sino atendiendo también a las condiciones del ámbito empresarial. Debe existir por tanto una relación recíproca entre la ética empresarial y la ética general adoptada.

c) explicitación de los presupuestos éticos fundamentales en la vida de las empresas. La empresa opera y tiene lugar dentro de un sistema económico, parte la tarea de la ética empresarial es mostrar la moralidad del sistema económico y de los políticos, así como de términos tales como «riqueza», «explotación», «competitividad».

d) aspectos relacionados con el papel de las multinacionales en su relación con los países subdesarrollados. Son realmente importantes de contestar sobre todo por la importancia que tiene este aspecto a nivel macro.

e) mostrar las acciones empresariales loables y ejemplares moralmente, es decir, estudiar dónde y cómo se dan los casos positivos de las prácticas empresariales.

Otros estudiosos como Archie B. Carroll<sup>8</sup> proponen a su vez cinco niveles de aplicación de la ética a las organizaciones:

a) nivel individual: dirige las cuestiones éticas que se refieren a la actuación o decisión de un solo individuo. De modo que si una cuestión ética implica o está limitada a responsabilidades individuales, entonces la persona debe examinar sus propias motivaciones y valores éticos, teniendo siempre en cuenta su relación con los demás individuos para después tomar un curso de acción y otro.

b) nivel organizacional: la cuestión ética se cierne sobre personas o grupos que tienen una institución y organización en común. De modo que si una cuestión ética se levanta sobre el nivel organizacional, los miembros de la organización deberían examinar las políticas de la organización, los procedimientos y los códigos éticos antes de tomar una decisión.

c) nivel asociacional: la cuestión ética se dirige a todas las instituciones u organizaciones que realizan la misma actividad. La referencia en este caso se encuentra sobre todo en los códigos profesionales de los colectivos de la misma profesión o actividad.

d) nivel societal: las cuestiones éticas se plantean en relación a las leyes, normas, costumbres, que posee esa sociedad, dentro de su gobierno, de su legalidad y de su moral. Son numerosas las cuestio-

<sup>7</sup> Cfr. al respecto en DeGeorge, R.T., *Business Ethicd*, Nueva Jersey, Prentice Hall, 1995, págs. 23-25.

<sup>8</sup> Cfr. en Carrol, A.B., *Business & Society. Ethics and Stakeholder Management*, Cincinnati, South-Western Publishing, 1989, págs. 92-112.

nes éticas que se levantan a este respecto, tanto dentro del país al cual se pertenece, como cuando la organización mantiene contactos o relaciones con otras sociedades, de las cuales existe mucho desconocimiento, tanto de los códigos legales como de los valores y normas morales de conducta que tal país posee.

e) nivel internacional: las cuestiones se plantean en relación a un nivel totalmente amplio de relación del problema moral con respecto a todo el mundo. Las cuestiones éticas de este nivel pueden ser las más difíciles de resolver, por la mezcla de valores culturales, políticos y religiosos, así como que a menudo están implicadas las constituciones, las leyes, y las costumbres que podrían ser consultadas para entender cuáles son y cuáles no son prácticas aceptables.

A la luz de estos cinco niveles de aplicación propuestos, se puede alcanzar una mayor comprensión de los dilemas morales que se dan en las organizaciones, puesto que permite identificar en qué niveles se originan las cuestiones morales y la influencia de los diferentes grupos de intereses puede ayudar también a la claridad para quienes tienen el poder de decisiones dentro de las organizaciones.

Sin embargo, como se observa, estos niveles pueden y a menudo son coincidentes, aun así son útiles para cuestionar qué valores, creencias e intereses se mueven en cada nivel o en un dilema moral.

Esto nos lleva a preguntarnos cómo se ha plasmado este creciente interés en las investigaciones y desde qué niveles se enfocan los problemas morales en las empresas. Para verlo nos tenemos que centrar ahora en el denominado fenómeno de la Business Ethics.

#### 4. BUSINESS ETHICS: EUROPA Y EE.UU.

El interés por todos aquellos temas que tienen que ver o que relacionan a la ética con la empresa, con la economía o con los negocios, va aumentando progresivamente desde hace aproximadamente dos décadas. Y así lo refrendan vastas bibliografías en inglés, francés, alemán, español, portugués, etc., también la aparición de revistas especializadas, la incorporación de la ética empresarial a los planes de estudios, la exigencia de algunas empresas norteamericanas de que esta disciplina aparezca en los currículos de sus futuros trabajadores, la creación de Centros e Institutos de Investigación, etc.<sup>9</sup>

Por otra parte cabe señalar también que no existe unanimidad internacional en el término a utilizar y tampoco en el nivel de aplicación en el que inciden las investigaciones; palabras tales como «business ethics», «Wirtschaftsethik», «Unternehmensethik», «Éthique économique», «éthique des affaires», «ética económica», «ética empresarial», «ética de los negocios», y muchas otras, a veces son utilizadas como sinónimas, pero otras veces la diferencia es crucial. El debate se centra sobre todo en la palabra «business» (negocio, empresa) y sus posibles alternativas, y sobre la palabra «ethics» (ética) y sus posibles alternativas.<sup>10</sup>

Algunos autores como Mahoney<sup>11</sup> señalan que este interés por el estudio y la enseñanza de la ética empresarial se debe principalmente al malestar de las sociedades ante las malas prácticas empresaria-

<sup>9</sup> Cfr. al respecto Fernández Fernández, J.L., *Ética para empresarios y directivos*, Madrid, ESIC, 1994, págs.37-38.

<sup>10</sup> Cfr. en Mahoney, J., *Teaching Business Ethics in the UK, Europe and the USA. A comparative Study*, Londres, The Athlone Press, 1990, págs. 167-170.

<sup>11</sup> Cfr en Mahoney, J., *Teaching Business Ethics in the UK, Europe and the USA. A comparative Study*, op. cit, págs. 3-21.

les, y a una creciente sensibilidad de la opinión pública hacia la calidad, entendida ésta en muchas ocasiones en términos morales del comportamiento de las compañías. Carroll<sup>12</sup> señala que la sociedad cada vez es más crítica con la empresa y la corporación y que está exigiendo una respuesta por su parte en aquellas cuestiones en las que la empresa posee responsabilidad. Y otros autores como García Marzá,<sup>13</sup> muestran que es una necesidad la incorporación de la ética en la actividad empresarial, pues no se puede olvidar nunca que la empresa requiere de credibilidad social, sin ella la empresa no se encuentra legitimada moralmente y por tanto no «tiene derecho» a existir.

Sin embargo este interés creciente no se ha manifestado en Norteamérica y en Europa en una línea de investigación conjunta, y esto ha sido motivo de análisis y de comparaciones por diferentes autores. Estas comparaciones, por la novedad del estudio riguroso en el campo, por la diversidad de lenguas en las cuales se encuentran las investigaciones, y por la rapidez con la que los estudios aparecen, adolecen todavía de muchas deficiencias. No obstante algunos estudios muestran ya de modo riguroso algunas de las diferencias más importantes entre las investigaciones de la ética empresarial norteamericana y europea continental e incluso también con Gran Bretaña.

#### 4.1. Comparación de la investigación en ética empresarial en Norteamérica y Europa

Una magnífica comparación nos la ofrece Georges Enderle.<sup>14</sup> Este autor compara la investigación de ética empresarial en Norteamérica y Europa, haciendo referencia a dos aspectos clave. En primer lugar a la relación entre hablar, actuar y pensar. Aspectos como las actitudes al hablar o no del tema, los términos que se emplean, si se habla pero no se actúa en la empresa, etc, son definitivos para la diferenciación entre las investigaciones en un continente o en otro. En segundo lugar, es también decisivo el diferente nivel de análisis en el que se mueven estos dos ámbitos de investigación ética.

Señala G. Enderle que las bases para la comparación que propone, no intentan responder a una lista de problemas éticos, sino ofrecer un marco desde el cual,

[...] los actores en los tres niveles son expuestos y forzados a tomar decisiones y acciones, individualmente y colectivamente, para lo cual es necesario acarrear con la dimensión ética pero no un particular conjunto de valores, una racionalidad específica, o una cosmovisión.<sup>15</sup>

Profundizando en estos dos aspectos, podemos hablar de las siguientes diferencias y similitudes del estudio de la ética empresarial en Norteamérica y Europa:

–*Modo de entender la ética empresarial.* El modo de expresar los asuntos éticos difiere significativamente en ambos continentes. Mientras en Europa las cuestiones de las que se prefiere hablar son las cuestiones referentes al nivel macro, y se utilizan caminos indirectos para hablar de los vacíos éticos existentes, dándose sobre todo actuaciones ético-empresariales colectivas y a través de la legalidad (derecho), en Norteamérica se habla más públicamente de las cuestiones éticas pero tratando principalmente las cuestiones micro-, cuyo uso hace más accesible hablar directamente de ética. Este modo de expresar la ética empresarial en ningún caso tiene un efecto inmediato sobre la

<sup>12</sup> Cfr. en Carroll, A.B., *Business & Society. Ethics and Stakeholder Management*, op. cit., págs.10-20.

<sup>13</sup> Cfr. en García Marzá, D., «Las relaciones banca-industria» en Argandoña, A. (de.), *La dimensión ética de las instituciones y mercados financieros*, Madrid, Fundación BBV, 1995, págs. 120-122.

<sup>14</sup> Cfr. en Enderle, G., «A comparison of Business Ethics in Norte America and Continental Europe» en *A European Review*, vol. 5, núm. 1, enero 1996.

<sup>15</sup> Enderle, G., «A comparison of Business Ethics in North America and Continental Europe», op. cit., pág. 6.

práctica ética, es decir, una cosa es que hablen más o menos sobre ello, y otra muy distinta que esto se convierta en acción.

–*Niveles de acción de la ética empresarial.* La ética empresarial en Norteamérica trata principalmente de las cuestiones en las esferas micro-, llevan a cabo una cantidad de cuestiones meso-, y apenas tratan las macro-. La diferencia aquí con Europa es muy significativa, pues los europeos enfatizan en la cuestiones macro- y, en su fundamentación, tienen en cuenta algunas de las cuestiones que se encuentran en el micro-nivel, sobre todo desde perspectivas psicológicas más que filosóficas, y sólo desde fechas muy recientes empiezan a estar interesados por las cuestiones meso-.<sup>16</sup>

Por otra parte, señala que las cuestiones de la acción organizacional (meso) están cobrando cada vez mayor interés por parte de ambos continentes, e incluso están adquiriendo terminología propia, como «ética de las organizaciones» y «ética corporativa». En este proceso, Norteamérica lleva el liderazgo pues es aquí donde el debate está más articulado y posee aproximaciones teóricas elaboradas (como la de stakeholder), mientras que en Europa sólo se observan tímidas iniciativas, aisladas las más de las veces.

–*Interés por las cuestiones internacionales.* Señala el autor que ésta no es una dimensión que permita delinear fronteras entre ambas aproximaciones de la ética empresarial, pero que sí es importante hacer notar que Europa, por su vida histórica y cultural, siempre ha sido por necesidad (los pequeños países europeos), o por coyunturas económicas y por su historia de conquistas y colonial, más sensible y ha estado expuesta a los retos y desafíos de la ética internacional, como muestra por otra parte la creación del Mercado Único Europeo y la Unión Europea. Mientras que Norteamérica, aunque es la nación más relacionada con otros países a nivel económico y político, al ser un país más grande se siente más autosuficiente y menos implicada con esas relaciones.

–*Los espacios de libertad en cada nivel.* En ellos la dimensión ética cobra gran relevancia, pues las elecciones y acciones pueden llevarse a la práctica mediante la fuerza, o sin ella. La aproximación norteamericana enfatiza en esta libertad y responsabilidad en la toma de decisiones, por tanto lo que se produce es una demanda de responsabilidad y proacción de los directivos puesto que las reglas del nivel del sistema económico son incapaces de determinar completamente los cursos de acción en el micro- y meso- nivel. Contraria a ésta, la aproximación europea, que sitúa la prioridad moral en el sistema económico y en la reflexión de las condiciones de posibilidad del mismo, se inclina en algunas ocasiones a no usar completamente los espacios de libertad existentes, o en otras a considerar que las reglas macro y micro son una cuestión de «libre moral» eficiente.

Estas diferencias pueden ser vistas resumidas y gráficamente en el cuadro siguiente:

---

<sup>16</sup> Llega G. Enderle a estas afirmaciones a través del estudio de las enciclopedias, con la comparación de las materias que en cada una de ellas se tratan, las entradas y los autores citados. Y también muestra cómo los estudios de casos tan frecuentes en Norteamérica son una muestra del fuerte énfasis que se da en este continente en el profundizamiento de la ética empresarial en el micro-nivel.

---

NORTEAMÉRICA	EUROPA
<p>*«libertad de elección».</p> <p>*expresividad ética.</p> <p>*énfasis sobre los individuos y la organización pero no sobre el sistema establecido.</p> <p>*contexto internacional, sin actuación sistemática, pero con la idea de que los actores individuales y colectivos deberían actuar en términos de ética-empresarial.</p> <p>*los escándalos estimulan el debate ético empresarial.</p> <p>*importancia suprema de la orientación práctica de la ética empresarial.</p> <p>*paradigma de la ética articulado normativamente (aunque no existe único paradigma).</p> <p>*la ética de la empresa enseñada de modo generalizado en las escuelas de negocios.</p> <p>*la ética es de modo creciente importante en la práctica empresarial.</p> <p>*papel específico de los éticos de la empresa.</p>	<p>*«elección de fuerzas».</p> <p>*baja expresividad ética.</p> <p>*énfasis sobre el sistema establecido o macro nivel.</p> <p>*inclusión más fuerte en los aspectos internacionales.</p> <p>*argumento de la economización, para la práctica de la ética en los negocios y, en algunos países como en Alemania, el argumento de los desafíos o retos a los que la humanidad se enfrenta.</p> <p>*débil orientación práctica.</p> <p>*interés sistemático en la comprensión de la ética empresarial (aunque no existe un paradigma único).</p> <p>*actividades demasiado dispersas de enseñanza de ética empresarial en los niveles académico y práctico.</p> <p>*debido a la baja expresividad de la ética empresarial y a su enfoque macro, intuitivamente parece que su práctica empresarial es más reducida.</p> <p>*papel de los éticos en los negocios, es muy reciente su presencia en las empresas.</p>

---

## 5. BUSINESS ETHICS: NORTEAMÉRICA Y EUROPA

### 5.1. Los retos de la enseñanza y de la investigación de la Ética Empresarial

1. Ante la complejidad de los problemas a que tiene que hacer frente la ética empresarial, uno de sus retos es el de equilibrar el estudio de los tres niveles en los que se da la toma de decisiones y la actividad humana. Señala Enderle, en su exposición sobre los tres niveles, que su estudio no se puede llevar quizás al mismo tiempo, pero sí que se puede, al menos, incluir los tres en las aproximaciones que se realicen conceptualmente. Por otra parte las cuestiones organizacionales (nivel meso) son un desafío para la ética empresarial, y también para la enseñanza. Algunos autores como Weiss<sup>17</sup> y Mahoney,<sup>18</sup> señalan que no sólo es deseable, sino también necesario que la mirada ética se centrara en,

[...]la identificación, reconocimiento e implementación conjuntamente con otros miembros de la compañía de sus responsabilidades corporativas hacia todos sus otros grupos de intereses<sup>19</sup> (stakeholder).

2. El estudio de los intereses de los grupos de intereses y de las responsabilidades de la compañía hacia la sociedad, en la cual ella opera y de la cual depende, es un aspecto de la ética empresarial que necesita de mayores investigaciones, pero sobre todo de su enseñanza a los futuros directivos, quienes se tendrán que enfrentar con sociedades cada vez más globales.

3. Ante las diferencias existentes entre ambas aproximaciones a la ética empresarial y a las diferentes aproximaciones utilizadas, la interacción y la comunicación entre ambos debería ser más fluida, porque tienen muchas cosas que enseñarse y aprender los unos de los otros.

## 6. METODOLOGÍA DE LOS GRUPOS DE INTERESES

El trabajo que estoy llevando a cabo es una primera aproximación a la aplicación de la ética discursiva al ámbito empresarial. Para ello me he aproximado a un enfoque metodológico que tiene en cuenta a todos los afectados por las acciones, decisiones y políticas de la empresa. Y que se centra fundamentalmente en el nivel meso- u organizacional de la empresa, pero que considera e intenta integrar al mismo tiempo también los otros dos niveles antes señalados, el nivel individual y el nivel de sistema.

Esta metodología considera la empresa moderna como una organización que posee entornos dinámicos y abiertos, inmersa en una globalidad económica que hace que empresa y sociedad interactúen y se influyan constantemente.<sup>20</sup> Esta relación entre la empresa y la sociedad tiene como consecuencia más importante que la empresa requiera de la credibilidad social y de la confianza de la sociedad para sobrevivir. Por tanto el diálogo de la empresa con la sociedad y con todos aquellos afectados por su actividad constituye el horizonte normativo de actuación donde todos los grupos

---

<sup>17</sup> Cfr. en Weiss, J.W., *Business ethics. A managerial stakeholder approach*, California, Wadsworth Publishing Company, 1994, págs. 20-22.

<sup>18</sup> Cfr. en Mahoney, J., *Teaching Business Ethics in the UK, Europe and the USA. A comparative Study*, op.cit., pág. 178.

<sup>19</sup> Mahoney, J., *Teaching Business Ethics in the UK, Europe and the USA. A comparative Study*, op.cit., pág. 178.

<sup>20</sup> Cfr. al respecto García Echevarría, S., *Responsabilidad social y balance social de la empresa*, Madrid, Fundación: MAPFRE, 1982, pág. 27 ss.

---

que se relacionan con la empresa son considerados interlocutores válidos.<sup>21</sup> Pero este diálogo necesitará de leyes y regulaciones que marquen las «reglas de juego» en las dimensiones del entorno en el cual lleva a cabo su actividad la empresa y también de políticas gubernamentales que ayuden a su realización.<sup>22</sup>

La metodología de los stakeholders nace en Estados Unidos y nos permite mostrar la tensión entre las éticas deontológicas y las teleológicas. Por una parte tiene en cuenta los derechos y deberes de los propietarios y directivos de la empresa y también los efectos de las empresas sobre los derechos de los grupos de intereses primarios y secundarios. Los grupos de intereses primarios son aquellos individuos o grupos que mantienen con la empresa relaciones formales, oficiales o contractuales, y los grupos de intereses secundarios son aquellos que no poseen relaciones formales, oficiales o contractuales con la empresa, pero que tienen intereses en la misma. Y, por otra parte, tiene en cuenta las consecuencias de las organizaciones empresariales y su responsabilidad social y ecológica.

La metodología de los stakeholders desarrollada en Norteamérica por autores como Weiss,<sup>23</sup> Carroll,<sup>24</sup> Freeman,<sup>25</sup> Goodpaster,<sup>26</sup> y otros, se centra principalmente en el análisis de los grupos de intereses que se relacionan con la empresa, para después pasar a trazar las estrategias a seguir con cada uno de estos stakeholders. De este modo, sus esfuerzos teóricos intentan fundamentalmente explicar y valorar la empresa como un equilibrio de los intereses de los diferentes stakeholders, y como un instrumento de sus finalidades y de sus proyectos.

Pero para una ética de las organizaciones no es suficiente tener en cuenta estos stakeholders, sino que es necesaria una consideración sobre la cualidad o la jerarquía de estos intereses, necesidad que aparece rápidamente cuando se consideran los conflictos entre distintos intereses. De ahí la necesidad de la dimensión normativa que nos ofrece la ética discursiva, para armonizar los diferentes intereses y para que los stakeholders no sean considerados como simples afectados, sino también como interlocutores válidos.

Cuando exista un conflicto de interés, será el punto de vista moral que se desprende de la ética dialógica<sup>27</sup> el que nos ofrezca el criterio de validez que reclama el acuerdo de todos los afectados, para poder acercarnos a la resolución del problema:

Cada norma válida habrá de satisfacer la condición de que las consecuencias y efectos secundarios que se seguirían de su acatamiento *universal* para la satisfacción de los intereses de *cada* uno (previsiblemente) puedan resultar aceptados por todos los *afectados* (y preferidos a las consecuencias de las posibles alternativas conocidas).<sup>28</sup>

---

<sup>21</sup> Cfr. al respecto García Marzá, D., «Asesoría ética en la empresa: hacia un nuevo concepto de empresa», en Cortina, A. y otros, *op. cit.*, pág. 130 ss.

<sup>22</sup> Cfr. en Ulrich, P., «Ética y éxito empresarial: ideas clave para una ética empresarial integrativa», II Jornadas de Ética Empresarial, Castellón, 8 de octubre de 1994.

<sup>23</sup> WEISS, J.W., *Business ethics. A managerial stakeholder approach.*, *op. cit.*

<sup>24</sup> Carroll, A.B., *Business & Society. Ethics and Stakeholder Management*, *op. cit.*

<sup>25</sup> Freeman, R.E., *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman, 1984.

<sup>26</sup> Goodpaster, K.E., «Business Ethics and Stakeholder Analysis» en Beauchamp, T.L. y N.E. Bowie, *Ethical Theory and Business*, Nueva Jersey, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1993.

<sup>27</sup> Cfr. al respecto de la Ética Discursiva en Cortina, A., *Crítica y utopía: la Escuela de Frankfurt*, Madrid, Cincel, 1986 y García Marzá, V.D., *Ética de la Justicia. J. Habermas y la ética discursiva*, Madrid, Tecnos, 1992.

<sup>28</sup> Habermas, J., *Conciencia moral y acción comunicativa*, Barcelona, Península, 1985, pág. 116.

Por lo que todos los procesos económicos de decisión deberán estar sometidos a la consideración de todos los afectados por las consecuencias que de su aplicación se derivan. Y esto puede ser aplicado a cualquier problema moral y en cualquier nivel de aplicación.

Esta afirmación nos lleva a concluir que dentro de la empresa existe un espacio para la dimensión ética, y que esta dimensión tiene que ver con la participación de los diferentes grupos de intereses en la empresa. Desde este punto de vista, las empresas son responsables de las decisiones y acciones que toman o que llevan a cabo en la sociedad, y de las consecuencias que de estas acciones se derivan.

---

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- CARROLL, A.B. (1989): *Business & Society. Ethics and Stakeholder Management*, Cincinnati, South-Western Publishing.
- CORTINA, A. (1986): *Crítica y utopía: la Escuela de Francfort*, Madrid, Cincel.
- , J. CONILL y otros (1994): *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*, Madrid, Trotta.
- DE GEORGES, R.T. (1985): *Business Ethics*, Nueva Jersey, Prentice Hall.
- ENDERLE, G. (1993): «¿Qué es la ética económica?» en *Economía*, vol. XVI, núm 31, junio.
- (1996): «A comparison of Business Ethics in North America and Continental Europe» en *A European Review*, vol.5, núm. 1, enero, 33-46.
- FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, J.L. (1994): *Ética para empresarios y directivos*, Madrid, ESIC.
- FREEMAN, R.E. (1984): *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman.
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. (1982): *Responsabilidad social y balance social de la empresa*, Madrid, Fundación MAPFRE.
- GARCÍA MARZÁ, V.D. (1992): *Ética de la Justicia. J. Habermas y la ética discursiva.*, Madrid, Tecnos.
- , «Las relaciones banca-industria» en ARGANDOÑA, A.(ed.), (1995): *La dimensión ética de las instituciones y mercados financieros*, Madrid, Fundación BBV, 117-140.
- GELINIER, O. (1991): *Ética de los negocios. ¡Basta de ir a la deriva!*, Madrid, Espasa-Calpe.
- GOODPASTER, K.E.: «Business Ethics and Stakeholder Analysis» en BEAUCHAMP, T.L. y N.E. BOWIE (1993): *Ethical Theory and Business*, Nueva Jersey, Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- HABERMAS, J. (1985): *Conciencia moral y acción comunicativa*, Barcelona, Península.
- HOFFMAN, W.M. y J.M MOORE (ed.), (1990): *Business ethics. Readings and cases in corporate morality*, Nueva York, McGraw-Hill Publishing company.
- KOONTZ, H. y H. WEIHRICH (1994): *Administración. Una perspectiva global*, México, McGrawhill.
- MAHONEY, J. N. (1990): *Teaching Business Ethics in the UK, Europe and the USA. A comparative Study*, Londres, The Athlone Press.
- ULRICH, P. (1993): «Bases para una ética económica crítica» en *Instituto de dirección y organización de empresas*, núm 83, Alcalá de Henares.
- (1994): «Ética y éxito empresarial: ideas clave para una ética empresarial integrativa», II Jornadas de Ética Empresarial, 8 de octubre.
- WEISS, J.W. (1994): *Business Ethics. A managerial, stakeholder approach*, California, Wadswokrth Publishing Company.
-