

# ÉTICA Y RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

Ildefonso Camacho Laraña

José Luis Fernández Fernández

Raúl González Fabre

Josep Miralles Massanés

# Contenido

INTRODUCCIÓN . . . . .	11
------------------------	----

## **PRIMERA PARTE: ÉTICA, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESA**

CAPÍTULO 1: DIMENSIÓN ÉTICA DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL . . . . .	19
1.1. Introducción: Un contexto desalentador . . . . .	19
1.2. Un malentendido que evitar . . . . .	21
1.3. La ética como dimensión intrínseca a toda realidad humana . . . . .	22
1.4. Las dimensiones organizacional y social de la ética . . . . .	24
1.5. Los fines de la empresa y su dimensión ética . . . . .	28
1.6. Conclusión: ¿Es rentable la ética? . . . . .	35
Para pensar y discutir . . . . .	37
CAPÍTULO 2: LA EMPRESA EN LA ECONOMÍA . . . . .	39
2.1. La dimensión ética de la actividad económica . . . . .	39
2.2. Reflexión ética sobre el mercado . . . . .	44
2.3. Conclusión: Desarrollar y complementar el mercado . . . . .	54
Para pensar y discutir . . . . .	56
CAPÍTULO 3: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA . . . . .	59
3.1. Introducción . . . . .	59
3.2. La empresa como organización . . . . .	59
3.3. El impacto de la globalización económica y de la sociedad del conocimiento . . . . .	61

3.4. La cultura de las organizaciones . . . . .	67
3.4. La Responsabilidad Social de la Empresa . . . . .	70
3.6. Enfoque <i>stakeholder</i> y RSE . . . . .	76
3.7. Conclusión: La responsabilidad social en la empresa . . .	78
Para pensar y discutir . . . . .	80

#### CAPÍTULO 4: LOS INSTRUMENTOS DE LA ÉTICA Y LA RSE

EN LA EMPRESA . . . . .	81
4.1. Introducción: Institucionalizar la ética en la empresa . . .	81
4.2. Dos enfoques de la institucionalización de la ética. . . . .	83
4.3. Algunos instrumentos de institucionalización de la ética en la empresa . . . . .	86
4.4. Los códigos de empresa . . . . .	91
4.5. Referentes éticos externos. . . . .	94
4.6. Conclusión: Interiorizar la ética en la empresa . . . . .	98
Para pensar y discutir . . . . .	99

CONCLUSIÓN DE LA I PARTE: 20 TESIS SOBRE ÉTICA EMPRESARIAL . . . . .	101
---	-----

### **SEGUNDA PARTE: LA EMPRESA Y SUS *STAKEHOLDERS***

CAPÍTULO 5: LA EMPRESA, SUS ACCIONISTAS Y DIRECTIVOS . . . . .	109
5.1. Introducción. . . . .	109
5.2. Los accionistas . . . . .	112
5.3. El problema principal-agente . . . . .	122
5.4. “¿Quién manda aquí?”: agentes implicados en el Gobierno Corporativo. . . . .	127
5.5. El Gobierno Corporativo en la sociedad mercantil: las funciones de los Consejos de Administración . . . . .	130
5.6. El Gobierno Corporativo en España . . . . .	133
5.7. El proceso directivo y sus implicaciones éticas . . . . .	140
5.8. Siete principios éticos para la acción . . . . .	146
5.9. Conclusión: Liderazgo eficaz y buenas estructuras organizativas . . . . .	155
Para pensar y discutir . . . . .	157

CAPÍTULO 6: LA EMPRESA Y LOS TRABAJADORES . . . . .	159
6.1. Introducción. . . . .	159
6.2. Trabajo y derecho al trabajo en la sociedad moderna . . .	160
6.3. Las relaciones empresa-trabajadores: los derechos de los trabajadores . . . . .	166
6.4. Las relaciones empresa-trabajadores: negociación y conflicto. . . . .	185
6.5. Trabajo y derecho al trabajo en la sociedad postindustrial y en el marco de la globalización. . . . .	188
6.6. La gestión de la movilidad y de la diversidad cultural . . .	197
6.7. Conclusión: Nuevos y viejos desafíos en el mundo del trabajo . . . . .	203
Para pensar y discutir . . . . .	204
 CAPÍTULO 7: LA EMPRESA Y LOS USUARIOS Y CONSUMIDORES . . . . .	 207
7.1. Introducción. . . . .	207
7.2. La responsabilidad del productor por su producto . . . . .	208
7.3. El consumidor y sus derechos. . . . .	215
7.4. El precio. . . . .	222
7.5. Marketing y publicidad. . . . .	225
7.6. La defensa del consumidor. . . . .	236
7.7. Apéndice: El comercio justo . . . . .	238
Para pensar y discutir . . . . .	242
 CAPÍTULO 8: LA EMPRESA, SUS PROVEEDORES Y COMPETIDORES . . . . .	 245
8.1. Introducción. . . . .	245
8.2. Relaciones de mercado. . . . .	246
8.3. Relaciones con los proveedores . . . . .	250
8.4. Relaciones con los competidores . . . . .	259
8.5. Conclusión: Mercados sanos y eficientes . . . . .	269
Para pensar y discutir . . . . .	270
 CAPÍTULO 9: LA EMPRESA Y LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA . . . . .	 273
9.1. Introducción. . . . .	273
9.2. El papel del Estado en la economía. . . . .	274

9.3. Coordenadas básicas de una ética fiscal . . . . .	284
9.4. La relación de la empresa con el Estado . . . . .	291
9.5. Conclusión: Un talante ético de la relación con las administraciones públicas . . . . .	296
Para pensar y discutir . . . . .	298
 CAPÍTULO 10: LA EMPRESA Y EL MEDIO AMBIENTE . . . . .	301
10.1. Introducción . . . . .	301
10.2. Hacia una sensibilización en temas medioambientales. . . . .	301
10.3. Las dimensiones más significativas del problema ecológico . . . . .	314
10.4. La responsabilidad de la empresa en relación con el medio ambiente . . . . .	321
10.5. Hacia un replanteamiento más de raíz . . . . .	328
10.6. Conclusión: El servicio a la vida en el planeta . . . . .	333
Para pensar y discutir . . . . .	334
 BIBLIOGRAFÍA . . . . .	337
Bibliografía reciente en español . . . . .	337
Referencias citadas . . . . .	341

# Introducción

## **La ética empresarial, una grave preocupación social**

El lector tiene en las manos lo que viene a ser, aun con un título diferente, la segunda edición aumentada y remodelada del libro *Ética de la empresa*, originalmente publicado en 2001 y varias veces reimpresso. Ese libro comenzaba notando que la ética empresarial estaba, en aquellos tiempos, de moda. La opinión pública se preocupaba por ella desde cuarenta años atrás debido a escándalos sonados que se sucedían en grandes corporaciones, y a ello correspondía un incremento de su tratamiento en la docencia, la investigación, la publicación, la operación empresarial y el asociacionismo de los diversos agentes económicos.

La década larga transcurrida desde entonces ha convertido aquella moda en preocupación severa de cada vez más ciudadanos, también de cada vez más empresarios, con crecientes repercusiones políticas. Pese al esfuerzo que acabamos de mencionar, la crisis económico-financiera que comenzó en 2007 ha mostrado la persistencia de problemas éticos muy severos en el tejido empresarial de Occidente, problemas con capacidad de agudizar la crisis y de destruir la credibilidad de sectores cruciales de la economía.

Por ello, no son pocos lo que se sienten incómodos ante la invocación insistente de la ética por el liderazgo empresarial, que contrasta con hechos reflejados cada día en los medios de comunicación. Sospechan que la ética sea poco más que un recurso fácil para mantener una imagen pública aceptable. No hay que ignorar este peligro, que muchas veces se advierte en ciertos dis-

cursos éticos de profesionales de la empresa o incluso de profesores universitarios. Pero tampoco conviene minusvalorar el desarrollo de la ética de la empresa –de todas las éticas aplicadas– que quizás debe ser interpretado como una reacción de la sociedad en busca de la recuperación de valores morales que parecían definitivamente excluidos de la vida económica.

Naturalmente la publicación de un manual de ética empresarial supone, en sus autores, el firme convencimiento de que el desarrollo de la ética en el mundo de la empresa es necesario. Por otra parte, las consideraciones que preceden nos hacen asumir la tarea de redactar este manual siendo conscientes de la ambigüedad que envuelve hoy todo discurso ético. El lector de estas páginas juzgará al final si nuestro enfoque logra mantener a la ética a salvo de toda posible instrumentalización o manipulación.

## Un manual

Debe quedar muy claro que lo que ofrecemos en este libro es un manual. Y un manual, como son todos los que se publican en esta colección de textos de ética de las profesiones, tiene unas características muy concretas. Pretende ser una base para la enseñanza y el aprendizaje de la ética, y está pensado, en primer término, para quienes se preparan a desarrollar su actividad profesional en el mundo de la empresa y de los negocios. Por eso hemos añadido, al final de cada capítulo, algunas cuestiones que pueden ser tomadas como base para el trabajo personal o grupal de los estudiantes, en el aula o fuera de ella.

Esa orientación implica ciertas limitaciones. Porque no se trata de un libro de investigación, ni de un estudio exhaustivo de algún tema particular. En realidad, cualquiera de los capítulos de este manual daría para escribir un libro entero. Nosotros hemos optado por una visión de conjunto que ayude al estudiante universitario a captar las distintas dimensiones de la ética en la empresa. Más aún, las dimensiones de este texto están también condicionadas por la extensión que se concede a estos estudios en las actuales titulaciones universitarias relacionadas con la empresa.

Por otra parte, toda ética aplicada exige armonizar dos extremos que se desarrollan a veces de forma independiente: unos conocimientos adecuados sobre la actividad humana en cuestión (en nuestro caso, la económica y la empresarial) y una estructura básica de ética en general, como saber práctico que reflexiona sobre la calidad moral del comportamiento humano y de las estructuras sociales. En este manual damos por supuesto el conocimiento de la economía y de la empresa, y prestamos una mayor atención a la reflexión ética aplicada a esa realidad. Y en esta reflexión buscamos siempre en primer lugar descubrir la dimensión ética inherente a la actividad económica y empresarial (en cuanto actividades humanas que son). No se trata, por consiguiente, de someter esa actividad a los dictados de la ética, sino de identificar su componente ético consustancial para analizarla y valorarla.

## Los contenidos

El enfoque de este libro responde a nuestra preocupación de no caer en los peligros, antes señalados, que acechan hoy a la ética empresarial. Por eso la obra ha sido dividida en dos partes bien diferenciadas.

En la primera nos ocupamos de algunos aspectos generales, que nos ayudan a situar la ética empresarial en lo que creemos su marco adecuado. Por eso comenzamos considerando el lugar que le corresponde a la empresa en la sociedad (capítulo 1). Esta perspectiva nos permite concebirla no como un ente aislado que tiene en sí mismo su razón de ser, sino como una institución dotada de una función social: identificarla es un presupuesto esencial para toda reflexión ética posterior. La función social de la empresa se capta mejor situando a esta en el marco más amplio de la actividad económica en general y de instituciones económicas más englobantes (capítulo 2). Acercándonos por fin a la realidad misma de la empresa, buscamos la concepción más adecuada de esta, para comprender mejor su responsabilidad social (capítulo 3). Seguimos con un recuento de los instrumentos más utilizados a fin de crear en la empresa una cultura ética capaz de asumir esa responsabilidad social (capítulo 4). Al final de esta primera parte hemos querido resumir nuestros puntos de vista en un apéndice que sintetiza las ideas fundamentales en 20 tesis.

En la segunda parte abordamos los distintos ámbitos de la ética empresarial, atendiendo a los *stakeholders* más significativos de la empresa. Comenzamos por la cumbre de las compañías: sus propietarios y directivos, la relación entre ellos, y el perfil moral necesario para llevar adelante el liderazgo ético de la empresa desde posiciones de dirección (capítulo 5). Luego estudiamos la relación de la empresa con los trabajadores (capítulo 6), con los clientes y consumidores (capítulo 7), con sus competidores y proveedores (capítulo 8), con el Estado y la administración pública (capítulo 9), y con el medio ambiente (capítulo 10).

Este esquema es semejante en concepto al de la primera edición, pero no en detalle. Así, hemos añadido un capítulo instrumental, hemos fundido los dedicados a accionistas y directivos, y hemos eliminado la introducción a la ética de las finanzas, que será tema de un próximo volumen en esta colección. Era necesario disminuir el número de capítulos del libro porque, al introducir el tratamiento de nuevos problemas y tendencias de la ética empresarial, cada uno de los restantes ha aumentado en longitud. Tratándose de un libro de texto, no debe extenderse mucho más allá de lo que puede tratarse en un semestre.

Por último, una novedad de este libro respecto a la anterior edición consiste en que hemos añadido en la Bibliografía una brevísima reseña de cada uno de los textos generales de ética empresarial y RSE publicados en España desde 2001 (hasta donde alcanzamos a conocer). Ello permitirá al lector orientarse sobre cómo y por quién está siendo abordado este campo intelectual, y elegir la dirección de su interés para ulteriores profundizaciones. Podemos adelantar que, dentro de esa literatura, nuestro libro se diferencia por la importancia que concede a la comprensión histórico-política de los grandes problemas de la ética empresarial y, por tanto, a las cuestiones de justicia en ellos.

## **Nuestra concepción de la empresa**

Los contenidos que hemos presentado brevemente permiten entrever cuál es el concepto de empresa que subyace a todas nuestras reflexiones. Permítasenos todavía explicarlo de una forma sucinta.

La empresa es una realidad compleja. De aquí que no pueda ser entendida solo como un patrimonio rentable, formado por las aportaciones de una serie de personas físicas o jurídicas. La complejidad, que es clave para toda reflexión ética sobre la empresa, puede entenderse desde las múltiples interrelaciones de esta con la sociedad:

- Globalmente considerada, la empresa tiene una función social, que es la perspectiva imprescindible de toda consideración ética de su funcionamiento o de sus actividades. Esta función consiste en producir bienes y servicios con un uso racional de los recursos empleados, a través de un proceso que generará una rentabilidad para todos los que contribuyen a él con su trabajo (del tipo que sea) o con su capital. Esta dimensión es considerada preferentemente en la primera parte del libro.
- Más en particular, en la empresa se encuentran implicados diferentes colectivos, que podrán influir (o de hecho influyen) sobre su marcha, o que pueden ser afectados (o de hecho son afectados) por sus actividades. Los intereses de estos colectivos no pueden ser ignorados en las decisiones que orientan el funcionamiento de la empresa, y habrán de ser tenidos en cuenta tanto más cuanto más estrecha sea la vinculación de esos intereses con la empresa. A esta dimensión responde la segunda parte del libro.

En suma, este libro concibe a la empresa como un nodo de relaciones de cooperación económica, una suerte de núcleo denso y estable de cooperación en el espacio social del mercado. Partimos por tanto de una valoración muy positiva de la naturaleza y las potencialidades éticas de la empresa, y nos preguntamos ante todo cómo conseguir que esa naturaleza se conserve íntegra y dé los frutos de que es capaz no solo en términos de bienestar económico, sino también de contribución a los proyectos legítimos de las personas y a la humanización de la sociedad.

## Los autores

Quienes firmamos este libro hemos dedicado buena parte de nuestra actividad universitaria a la docencia de la ética empresarial. Esto lo decimos para justificar cuál ha sido la fuente más

fecunda del manual que ahora ve la luz. En efecto, el contacto directo con los alumnos durante años, el vernos obligados a despertar el interés por estas cuestiones o a responder a los interrogantes que nos formulaban, obliga a todo profesor a revisar continuamente sus propios planteamientos y respuestas.

En las ediciones anteriores los tres autores que entonces intervinimos nos repartimos la materia de modo que cada uno trabajó preferentemente algunos capítulos del libro, aunque todos pudimos leerlo y criticarlo completo. La puesta al día del manual en la presente edición aumentada y remodelada ha corrido a cargo de Raúl González Fabre, aunque su trabajo ha sido revisado por los demás. De este modo hemos pretendido, como ya ocurrió con la primera edición, no sólo enriquecernos con los puntos de vista de los otros, sino también garantizar una cierta coherencia al conjunto que también había sido inicialmente concebido de común acuerdo.

Esperamos que nuestros lectores, alumnos universitarios u otras personas interesadas por la dimensión ética de la empresa, no sólo puedan aprovecharse del contenido de estas páginas, sino que contribuyan también a que en un futuro sigan siendo mejoradas.

Ildefonso Camacho Laraña  
(Universidad Loyola Andalucía - ETEA, Sevilla-Córdoba)

José Luis Fernández Fernández  
(Universidad Pontificia Comillas, Madrid)

Raúl González Fabre  
(Universidad Pontificia Comillas, Madrid)

Josep Miralles Massanés  
(ESADE, Barcelona)

**Primera parte:**  
**Ética, responsabilidad social  
y empresa**

# Capítulo 1

## Dimensión ética de la actividad empresarial

### 1.1. Introducción: Un contexto desalentador

En 2007 comenzó la crisis económico-financiera más profunda y extensa en setenta años, tal vez la más grave de la Historia moderna. En la raíz de la crisis se encuentra sin duda la dinámica intrínseca de los ciclos de negocios del capitalismo, pero también una serie de prácticas y actitudes que no acompañan necesariamente a la economía de mercado sino que la pervierten. Fraudes diversos, irresponsabilidades en la toma de riesgos, explotación de los más débiles o peor informados, imprudencias movidas por la ambición, lucro focalizado en los plazos más cortos con daño previsible a largo plazo, deslealtades de gerentes y ejecutivos hacia sus mismas empresas, apropiación de las ganancias y socialización de las pérdidas... han llevado a numerosas voces entre las fuerzas sociales, en la opinión pública y hasta en el universo empresarial, a calificar esta como una crisis ética.

La ética empresarial ha constituido una rama importante de la ética aplicada al menos desde la década de 1950. Entendida al principio como ética de los negocios, se ocupaba de la corrección moral de las diversas relaciones que la empresa entabla a su interior y con sus *stakeholders* inmediatos. Conforme la empresa ganaba poder social por razón de la acumulación creciente de capital, de su capacidad de innovación, de la proyección social de sus productos, del peso de sus decisiones sobre el empleo y la integración social, de su impacto sobre el medio ambiente... las propuestas éticas se extendieron hasta generalizar la idea de una

responsabilidad social de la empresa más allá de la corrección de cada una de sus relaciones. Esa responsabilidad social requería asumir que la empresa contribuye decisivamente a la construcción social contemporánea, y por eso tanto ella como la sociedad misma deben preguntarse qué mundo quieren construir a través de la actividad empresarial.

Diseñar y promover la sociedad deseable era tarea que, desde el siglo XVI, venía encomendada a los Estados nacionales. Pedir a la empresa que asumiera parte de la tarea en diálogo con el Estado y con las organizaciones de la sociedad civil, constituía pues una importante novedad histórica. A partir de los años 80, con la globalización y la liberalización económicas en la mayor parte del mundo, se hizo patente que los Estados perdían capacidad para hacerse cargo del diseño social: la sociedad económica se volvía global y los Estados seguían siendo nacionales. El retroceso de los Estados en esa función de diseño social dejaba un vacío que debía ser llenado por la responsabilidad social de las empresas. Si el nuevo mundo que emergía con la globalización iba a resultar habitable, sería preciso que las empresas fueran más allá de los requerimientos legales y contribuyeran voluntariamente a humanizarlo. Ello se hizo aún más patente en los años 90, cuando la globalización de los mercados envolvió a los antiguos países comunistas y a otros que, como China o Vietnam, permaneciendo bajo regímenes políticos nominalmente comunistas, desarrollaron rápidamente economías capitalistas.

El núcleo de la ética social se encuentra en la cuestión de qué mundo queremos construir juntos, y cómo debemos actuar en consecuencia. Al asumir explícitamente su responsabilidad social, la empresa reconocía haber adquirido poder para influir sobre la respuesta a esa pregunta, tanto desde el punto de vista de las ideas como desde el práctico. Con el poder viene la responsabilidad.

Sin embargo, la crisis ha dejado al descubierto importantes fallos éticos en áreas cruciales de la actividad empresarial, incluso en sectores completos como el financiero o el inmobiliario. Grandes corporaciones con sonoras declaraciones y llamativos programas de responsabilidad social han fallado en la ética esencial de

su modelo de negocio, en la manera en que ganan el dinero. Con ello, se ha extendido una suerte de escepticismo acerca de lo que es posible lograr a través del compromiso ético de la empresa y de sus gerentes. Crece en las poblaciones afectadas por malas prácticas empresariales la exigencia de más regulación, más legislación, más control del Estado sobre las empresas.

En muchos casos, ese escepticismo sobre la responsabilidad social empresarial se convierte en cinismo, cuando se razona que el Estado no puede controlar bien a las grandes corporaciones porque políticos y altos funcionarios están en realidad al servicio de ellas. El financiamiento de los partidos, la corrupción administrativa, el paso de ejecutivos del sector público al privado y viceversa, establecen vínculos que dificultan a los Estados promulgar las leyes necesarias y aplicarlas por igual a todos. Peor aún, las necesidades de financiamiento del sector público con préstamos del sector privado, la competencia entre las naciones por las inversiones de las grandes compañías transnacionales, y las dificultades sin cuento para producir y hacer cumplir una legislación económica internacional de cierta envergadura, parecen tener maniatados a los gobiernos a la hora de regular la actividad de los grandes capitales y de los mercados en que ellos operan.

Sin embargo, es preciso sobreponerse tanto al primer escepticismo sobre la posibilidad de un compromiso ético de la empresa, como al cinismo sobre la posibilidad de que ello ocurra en un diálogo constructivo con Estados atentos al bien común y con las sociedades civiles de las que esos Estados son o pueden ser instrumentos. Ello requiere, claro está, que la empresa y sus gestores comprendan bien la dimensión ética de su actividad, para que puedan reconocer el poder que han adquirido en el nuevo orden económico y las obligaciones morales que conlleva.

## **1.2. Un malentendido que evitar**

Cuando se habla de ética, muchas personas la entienden como algo que se sobreañade a la realidad, como un conjunto de prescripciones impuestas de fuera. Quizás no llegarían a formularlo con esta precisión pero, en el fondo, presuponen que la realidad

—la realidad empresarial en nuestro caso— se puede estudiar en sí misma al margen de toda referencia ética, como algo completamente neutro; solo luego, en un segundo momento, cabe preguntar cuáles son los principios que podrían o deberían orientar su funcionamiento y el comportamiento de los que actúan en ese campo. Tal planteamiento convierte a la ética en un incómodo corsé que se impone a la realidad desde una autoridad moral exterior. Esto explica la reacción de muchos cuando se pretende hablar de ética empresarial: se sienten incómodos ante lo que viven como una injerencia desde una instancia externa que no saben en nombre de qué pretende actuar.

Esta concepción extrínsecista de la ética aplicada constituye un mal planteamiento. En realidad, la ética es una dimensión de toda realidad humana y social, que deriva de su propia esencia. Es, por consiguiente, en el análisis mismo de esa realidad y de su funcionamiento, donde se pueden encontrar los criterios éticos que deben inspirarla. Y esto, que vale para toda ética, afecta también a la ética empresarial.

### **1.3. La ética como dimensión intrínseca a toda realidad humana**

Antes de adentrarnos en la ética propiamente empresarial, vayan las grandes líneas de la idea de ética que vamos a manejar:

1<sup>a</sup>) *La dimensión ética es inherente a la existencia humana*, en la medida en que toda persona posee una determinada concepción de la vida, unas actitudes o un talante general ante la existencia, que inspirará luego sus actuaciones concretas. Dicha actitud ante la vida estará condicionada por las convicciones comunes o las ideas socialmente predominantes, pero estos condicionamientos no alcanzan a eliminar el carácter personal de la ética y la responsabilidad de la acción.

2<sup>a</sup>) *Nadie puede eludir el problema ético*, porque ese problema consiste en qué tipo de persona queremos ser y qué tipo de mundo queremos construir con los demás. No somos robots que desarrollan un programa ni puros animales que actúan por instinto, sino que lo más importante de nuestra vida individual y colectiva permanece abierto esperando que decidamos cómo

queremos que sea. Está indeterminado, pendiente de nuestras opciones libres. No solo podemos elegir cómo desarrollar nuestra vida personal y social, sino que no podemos no elegirlo. Si decidiéramos simplemente dejarnos llevar por el entorno, ello ya sería una elección libre nuestra.

3ª) *La ética no se reduce a un conjunto de normas recibidas de fuera* a las que el sujeto tiene que someterse. Lo que otorga sentido a las normas en la vida moral de cada uno es haber sido asumidas por convicción y no por imposición. Habría que decir, con otras palabras, que la ética es esencialmente autónoma, ya que radica en último término en las convicciones personales que dan sentido a las normas. Las normas existen, pero una ética vivida como conjunto de normas impuestas, lejos de dignificar al ser humano, lo infantiliza y lo mantiene en la inmadurez.

4ª) *La ética tampoco se reduce a un conjunto de prohibiciones*, aunque existan cosas que están éticamente prohibidas. Una división tajante entre lo prohibido (que es malo) y todo lo demás (que es indiferente) ignoraría los ideales y las aspiraciones de cada persona, que llenan de sentido su existencia. Esto permite hablar de valores morales, que son las instancias que movilizan las energías humanas para actuar de acuerdo con un proyecto personal propio. Frente a una ética negativa (solo de prohibiciones), es más adecuado a la realidad hablar de una ética afirmativa (de los valores, ideales y aspiraciones).

5ª) *La ética no es solo asunto de la vida privada*. Hay quienes limitan la ética a las relaciones familiares o conyugales, a los círculos de amistad..., pero la excluyen de la vida profesional y pública, donde piensan que la dura lucha por la existencia obliga a ser más pragmáticos. Pero esto es introducir una especie de esquizofrenia permanente, difícil soportar, porque la persona es única y proyecta sus aspiraciones e ideales más íntimos en todas las situaciones en que se encuentra. La persona es una y la misma en todas las dimensiones de su vida.

6ª) *Dondequiera que hay un poder humano, hay libertad para usarlo de una manera u otra, y por tanto responsabilidad por su uso*. Las empresas desarrollan mecanismos de poder en su estructura burocrática interna, y como señalamos, poseen también

poder sobre la construcción social. Eligen libremente cómo usar esos poderes, y en tanto es su propia decisión, pueden ser llamadas a responder por ella ante los demás. Lo mismo puede decirse de cada miembro de una empresa, en la medida en que detenta un poder, grande o pequeño, formal o informal, dentro de la estructura empresarial.

#### **1.4. Las dimensiones organizacional y social de la ética**

Las empresas son organizaciones gobernadas por sus directivos bajo algún tipo de supervisión de sus propietarios. Cuando hablamos de ética de la empresa, cabría preguntarse si esta se reduce a la ética de los directivos que, finalmente, toman las decisiones cotidianas de la empresa, o si involucra a todos sus miembros individualmente considerados, e incluso en algún modo al conjunto de personas que componen la organización empresarial. En este segundo caso, estaríamos hablando de un sujeto ético colectivo. ¿Tiene ello sentido?

La pregunta no es banal porque nos hemos habituado a concebir la ética principalmente como una dimensión de la vida individual. En efecto, solo la persona puede poner verdaderamente en juego la libertad y la responsabilidad, que son los ingredientes indispensables de la ética.

Aceptemos, pues, que la ética por excelencia es la ética personal. Ético, en el sentido estricto de la palabra, es una cualidad que solo se puede aplicar a las personas, porque únicamente las personas son capaces de actuar libre y responsablemente. Sin embargo, hay otros aspectos de la ética que se fijan en dimensiones más allá del comportamiento individual y sus efectos directos. Dado que la vida humana posee una irrenunciable dimensión social, cabe pensar también en una dimensión social de la ética. Como una primera aproximación a esta distinción, que luego matizaremos, es válida la formulación que sigue:

Mientras que la ética personal tiene por objeto y contenido la acción que ejerce el sujeto sobre sí mismo y en sus relaciones para establecer un orden en su entorno inmediato, en armonía con un conjunto organizado de valores, la ética social tendrá por

objeto la reflexión crítica sobre las estructuras sociales existentes, y la acción colectiva en pro de la reforma de las estructuras o de su sustitución por otras nuevas, siempre bajo una cuestión ética fundamental: qué tipo de persona queremos formar, qué tipo de sociedad queremos construir.

Lo que aquí se llama 'ética personal' se centra en la acción del individuo, y se caracteriza por que el sujeto actúa sobre sí mismo e interactúa intencionalmente con otros, queriendo realizar unos determinados valores por los que ha optado. En cambio, la 'ética social' se caracteriza por la desaparición de la conexión inmediata entre cada opción o acción personales y sus resultados prácticos. Dicho de otra manera, la opción de la persona por unos valores no puede traducirse fácilmente en una conducta operativa que los haga realidad, porque sus resultados no dependen solo de la acción de la persona sino también de la interacción con otros a través de estructuras sociales complejas. Sin embargo, esa opción personal sigue siendo válida en cuanto permite llegar a un juicio ético sobre las estructuras sociales: aunque no esté en nuestras solas manos adecuarlas a nuestros valores, tampoco son inamovibles y definitivas. Más bien al contrario, por el efecto conjunto de la acción de muchos, las estructuras sociales se encuentran en continua evolución y cambio.

Esta distinción entre ética personal y ética social, cuando se entiende de forma tajante, puede conducir a una cierta simplificación. Por eso es preferible hablar de una dimensión personal y una dimensión social de la ética. Así se subraya mejor la relación entre ambas. En efecto, cuando una persona hace un juicio ético sobre determinada realidad social, está poniendo en juego sus propias convicciones éticas personales; es más, sus tomas de posición refuerzan esas convicciones e incluso le inducirán a actuar personalmente en la dirección que ellas señalan, contribuyendo así a transformar la realidad social.

Por otra parte, la dimensión social de la ética presupone el reconocimiento de la existencia de las estructuras sociales como algo que no es controlado ni depende solo de la voluntad del sujeto que quiere obrar éticamente. Ahora bien, desde el punto de vista ético no puede ignorarse que, detrás de estas estructuras,

late un determinado modelo de persona y de sociedad, que puede ser sometido a reflexión, crítica y transformación.

La realidad de las estructuras sociales tiene, por consiguiente, un enorme interés para la ética, y para la vida en general, al menos en dos sentidos: por las posibilidades de modificarlas y por su incidencia sobre los comportamientos individuales. Esto nos lleva a plantear las complejas relaciones que existen entre persona y sociedad. No cabe pensar que sean dos realidades independientes entre sí, ni que la sociedad consista en un mero agregado de individuos. Cabe utilizar aquí la formulación de Berger y Luckmann (1972: 84), en la que sintetizan una de sus principales obras: *la sociedad es un producto humano; la sociedad es una realidad objetiva; el hombre es un producto social*. Estas tres afirmaciones a primera vista parecen incompatibles. Sin embargo, cada una de ellas por separado no sería verdadera: necesita ser corregida dialécticamente por las otras dos. Solo del conjunto resulta una visión de la persona capaz de servir de soporte a una ética coherente con la doble condición personal y social de esta.

Dando todavía un paso más: ¿tiene la ética social que limitarse a tomar posición ante las construcciones sociales y someterlas a su juicio, o cabe plantearse también su transformación? Son muchas las personas que reaccionan con escepticismo ante la posibilidad misma de cambiar las estructuras de la sociedad. Y sin embargo creemos que no sería correcto excluirla. Pero abordar adecuadamente esta posibilidad, que a veces se convertirá en exigencia ineludible, no puede pensarse solo en la acción individual. Hay que hablar aquí de la acción colectiva y sus mecanismos. Esta es mucho más indirecta que la acción individual, mucho menos inmediata en cuanto a sus efectos. Incluye además una gran variedad de posibilidades: los procesos de la opinión pública; las iniciativas colectivas de sensibilización o de presión social; la educación de los niños y jóvenes; y, por último, la actividad política, cuyo objeto es la actuación directa sobre las instancias de poder y de gobierno.

Todavía es posible matizar más la contraposición entre lo personal y lo social. Para ello basta considerar distintos niveles de asociación o agrupamiento de personas: no es lo mismo un grupo

informal (amigos) que una institución (la universidad) o una organización (una empresa) o la sociedad en general. En cualquiera de esos casos hay responsabilidades compartidas o incluso colectivas, pero siempre subsistirá la responsabilidad de las personas individuales, las cuales podrán contribuir a que el grupo al que pertenecen cumpla su función, pero podrán también erigirse en un obstáculo para ello.

En coherencia con este enfoque podría hablarse, no de dos, sino de tres dimensiones de la ética: la dimensión personal (siempre presente, puesto que siempre se trata de personas, solas o agrupadas), la dimensión organizacional (que abarca esos niveles intermedios donde la persona asume las funciones que le corresponden en una organización o una institución) y la dimensión social (repercusión del modo de ser personal y organizacional en la convivencia social y en las estructuras de la sociedad).

La ética moderna busca el equilibrio entre esas tres dimensiones. Para llegar a una aceptable armonía entre ellas nos parece útil sentar los siguientes principios:

1º) *La dimensión personal es la base irrenunciable de toda moral*, dándole verdadero sentido. No hay comportamiento moral si falta la persona que juzga, opta y actúa en función de sus convicciones morales (compartidas con otros, pero personalmente asimiladas).

2º) *Pero la autonomía de acción de la persona no es total*. Todo sujeto humano está condicionado por su historia, por su psicología, por los grupos sociales a que pertenece y por la sociedad en que se encuentra inserto. Condicionado no equivale, sin embargo, a determinado. Siempre es posible separarse de esos condicionamientos y tomar una distancia crítica respecto a la sociedad y a sus instituciones.

3º) *La dependencia entre sujeto humano y estructuras sociales no es unidireccional, sino recíproca*. Si la persona depende, aunque no totalmente, de las estructuras, también estas están condicionadas en parte por las personas, especialmente cuando actúan asociadas. Cabe hablar, por tanto, también de ética al referirse a la acción colectiva sobre las estructuras de la sociedad (ya sea para transformarlas, ya para conservarlas).