

Dueñas, S.; Villa, L. (2010). Construyendo confianza al interior de la organización desde la ética. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 57, 69-82

Construyendo confianza al interior de la organización desde la ética

Sebastián Dueñas Ocampo

Candidato a Magister en Filosofía.

Administrador de Empresas y Filósofo de la Pontificia Universidad Javeriana. Profesor-Instructor Departamento de Administración de Empresas Pontificia Universidad Javeriana.
sebastian.duenas@javeriana.edu.co

Lida Esperanza Villa Castaño

Candidata a Doctora en Filosofía.

Economista y Licenciada en Filosofía.
Profesora-Asistente Departamento de Administración de Empresas, Pontificia Universidad Javeriana.
villa.null@javeriana.edu.co

Construyendo confianza al interior de la organización desde la ética

Resumen: *El proyecto de desarrollar y promover una ética empresarial en las actuales empresas es una exigencia y no una opción para las organizaciones actuales. La ética, que desde hace ya varios años, se encuentra entre los pilares culturales y estratégicos de las organizaciones y pese a ello no ha podido desarrollarse concretamente como una herramienta que garantice la construcción de valores; por el contrario, ha tenido una preocupante tendencia a sustentarse solamente como una estrategia corporativa y de imagen empresarial. Este artículo intenta, siguiendo diferentes enfoques de la teoría administrativa, hacer un acercamiento a una propuesta de ética empresarial diferente, que se sustente en la confianza y en el valor de los empleados como base de las organizaciones.*

Palabras clave: *ética empresarial, confianza, enfoques administrativos*

Building Trust from Ethics within the Organization

Abstract: *The project for developing and promoting business ethics in current companies is a requirement, not an option for today's organizations. Ethics is among the cultural and strategic pillars of organizations; nevertheless, it has not been specifically developed as a tool that ensures the construction of values. On the contrary, it has had a disturbing tendency to be only a corporate and company-image strategy. This paper attempts, following different approaches of management theory, to get close to a different business ethics proposal which is based on trust and on employees' value as basis of organizations.*

Keywords: *business ethics, trust, management approaches*

Renforcer la confiance dans l'organisation sur la base de l'éthique

Résumé : *Le projet de développer et de promouvoir une éthique des affaires au sein des entreprises d'aujourd'hui n'est pas seulement une option, mais surtout une obligation. Malgré le fait d'être l'un des piliers culturels et stratégiques des organisations, l'éthique n'a pas pu se développer de manière concrète comme un outil pour assurer la construction de valeurs. En revanche, on a constaté une inquiétante tendance à la présenter seulement comme une stratégie d'entreprise et d'image de celle-ci. Cet article essaie donc, suivant des approches différentes de la théorie de la gestion, d'aborder autrement l'éthique des affaires, en faisant de celle-ci une éthique qui repose sur la confiance et la valeur des employés en tant que base des organisations.*

Mots-clés : *éthique des affaires, confiance, approches de gestion.*

Construyendo confianza al interior de la organización desde la ética

Sebastián Dueñas Ocampo y Lida Esperanza Villa Castaño

Primera versión recibida en agosto de 2010 - Versión final aceptada en octubre de 2010

I. Introducción

Para poder comenzar es necesario, en primer lugar, hacer una breve reflexión sobre las dificultades de nuestro tiempo y el nuevo tipo de ética necesaria para afrontar los desafíos empresariales del mañana. Fenómenos históricos como la bomba de Hiroshima y Nagasaki, la Guerra Fría o el devastamiento ecológico, sin mencionar la manipulación genética entre muchos otros, iniciaron una nueva era donde el dominio de la técnica sobre los diferentes procesos que rigen la vida del ser humano, sus decisiones, posibilidades y responsabilidades han llevado a nuestra especie a una delgada línea donde tendemos a *ser medios y no fines*¹, donde por primera vez nuestra supervivencia como especie está en entre dicho y todo gracias a nuestros propios actos.

Los factores históricos mencionados han determinado la necesidad de una nueva ética que posibilite la supervivencia del ser humano en el futuro. Dichos eventos históricos, elegidos al azar entre una larga y penosa lista, muestran cómo se ha abierto una posibilidad que antes no tenía cabida, la posibilidad de acabar con la vida de los hombres o la posibilidad de agotar el planeta que nos proporciona la vida². En el presente, tenemos la capacidad de autodestruirnos;

1 En la formulación Kantiana de la *Crítica de la Razón Práctica* el filósofo indica que los hombres debemos ser tratados como fines y no como medios. Esta formulación indica una oposición radical a la instrumentalización del sujeto, a su cosificación. Esta instrumentalización se da cuando en el seno de la organización el hombre es asumido como un objeto.

2 La pregunta por la relación entre los comportamientos éticos y la confianza hace necesario una pequeña introducción que nos muestre de manera general cómo las características de los fenómenos históricos del siglo XX han hecho insuficientes los sistemas éticos preexistentes y más tradicionales, poniendo al futuro y no solo el presente como el eje y punto de partida a la hora de actuar y pensar en la ética. Una profunda reflexión sobre esta necesidad y la exigencia de un nuevo tipo de ética que tenga como partida un *principio de responsabilidad* para con las generaciones venideras y con las presentes puede verse con mayor detenimiento en el estudio realizado por Hans Jonas (1995).

las decisiones que tomamos tienen resultados imprevisibles y pueden afectar el futuro de las generaciones venideras e incluso pueden representar nuestra extinción. De manera que: “La técnica moderna ha introducido acciones de magnitudes tan diferentes, con objetivos y consecuencias tan imprevisibles que los marcos de la ética³ anterior ya no pueden contenerlos” (Jonás, 1995, p.32). Las propuestas de una ética, hasta ahora presentes en la humanidad se centraban en las decisiones de las personas con un énfasis en las consecuencias y desequilibrios en el presente. Por el contrario, la nueva dimensión ética exigida por la situación actual de intervencionismo tecno-científico, determina una ética que tiene en cuenta en cada acción del hombre tanto el presente como el futuro de la humanidad. Toda organización humana en el presente es parte y artífice de esta nueva dimensión ética, la cual trae consigo lo que Jonás llama *El principio de responsabilidad*. En consecuencia para el autor en mención “el hombre pasó a tener una relación de responsabilidad con la naturaleza, puesto que la misma se encuentra bajo su poder” (Siqueira, 2006, p.61). Nuestras acciones y decisiones ya no solo tienen efecto inmediato sobre nuestra persona y nuestro prójimo, sino sobre la naturaleza y, la misma posibilidad de continuidad de nuestra especie. Una ética de este tipo, que se enfrenta a la complejidad de las decisiones implica no solo una transformación en la manera como entendemos los efectos de nuestras acciones, sino un replanteamiento de nosotros mismos y nuestro lugar al interior de las organizaciones, pues las relaciones de largo plazo y los vínculos son ahora centrales y vitales como parte de nuestras posibilidades a futuro⁴.

1.1. La empresa, la responsabilidad social y la confianza

Las empresas no han escapado a la transformación y el desarrollo de la técnica. Por el contrario, dentro del patrón de comportamiento del libre mercado, de la propiedad privada y de la libre empresa, las organizaciones son los actores de primer orden en la toma de decisiones y los núcleos del desarrollo. Las organizaciones se enfrentan al reto de usar correctamente

3 Para Jonas, las éticas precedentes se centraban en las consecuencias de los actos en el presente. Siempre que una acción no tuviera repercusiones en el futuro, la elección podría ser correcta. Sin embargo, en su libro *El principio de la responsabilidad*, Jonas indica que las acciones no solo tienen consecuencias en el presente, sino que precisamente la acción se sigue desarrollando en el tiempo y sus implicaciones en ocasiones son irreversibles. En consecuencia el autor nos hace un llamado que implica la consideración de las consecuencias de los actos, esto lo llama ser responsable de las acciones.

4 Son múltiples las evidencias que confirman que para los seres humanos es vital que sus intereses y sus relaciones se consoliden de manera duradera y en el largo plazo más que en el presente inmediato; el eje fundamental de las relaciones humanas se centra en la fuerza de los vínculos construidos con los otros en el mediano y largo plazo y en el cuidado de los otros y de uno mismo. Véase: (Diener & Seligman, 2004; Ghoshal, 2005; Tyler, 2006).

o incorrectamente los beneficios que el mundo globalizado y la sociedad del conocimiento trae consigo.

Las posibilidades de expansión en todos los niveles de mercado, las conexiones que solo son posibles a través de las tecnologías de la información, las diferentes modalidades que permiten a las empresas mercados de mayor tamaño más allá de una frontera determinada, hacen que los beneficios y las posibilidades crezcan, pero así mismo aumenta la responsabilidad con la sociedad. Es precisamente en este medio que se han dado los progresos más grandes para las grandes empresas, pero también es en este medio donde las luchas sociales y políticas han generado los mayores reclamos por una empresa socialmente responsable. En este punto, deben ser referenciados los inacabables escándalos que han sacudido el mundo empresarial desde los años sesenta, poniendo a la empresa en el centro del debate público. En efecto, es en consideración a lo anterior donde la confianza empieza a hacer el foco de reflexión.

La confianza se debe captar y analizar en diferentes niveles. Dentro de este primer apartado vemos como los problemas de confianza de las personas y de la sociedad hacia las organizaciones empresariales, en general, empiezan a hacer estragos sobre la credibilidad de las mismas. Es así que: “la pérdida de sostenibilidad, el incremento de la inequidad y la continua decadencia de la confianza social plantean una amenaza a los negocios de manera usual” (Jackson & Nelson, 2004).

Desde mediados del siglo pasado, las empresas han tenido que lidiar no solo con los efectos colaterales, las inacabables externalidades de sus procesos productivos y lo que se ha intentado cubrir con el nombre de efectos secundarios, sino con la sistemática ruptura en la confianza al interior de las organizaciones y la pérdida de credibilidad frente a las distintas sociedades. De manera que: “los empresarios norteamericanos comprueban de nuevo en la segunda mitad del siglo XX algo tan sabido por la economía como que la confianza vende, que la credibilidad vende y que la calidad es la mejor propaganda; y que, por el contrario, la falta de calidad y ética perjudica a la empresa” (Cortina, 2003, p.40)⁵. De esta manera la ética empieza a ocupar un lugar central dentro de las preocupaciones de la empresa.

Ahora bien, se ha hecho necesario para las organizaciones actuales analizar su viabilidad a futuro, su sostenibilidad y el delicado uso que le deben dar al poder que manejan, el cual fácilmente puede voltearse en su contra. En razón a lo anterior: “El capitalismo está en una encrucijada y los académicos, profesionales y los creadores de las políticas públicas y privadas están siendo

5 Sobre los efectos de la confianza y la desconfianza hacia las organizaciones y su lugar absolutamente central en la empresa de hoy véase: (Cortina et al., 1993; Conill, 2004; García-Marzá, 2004; Lozano 2004).

llamados a repensar las estrategias de los negocios de manera que se logren mayores cambios externos” (Arena, 2004; Hart, 2005).

En el estado actual de contingencia e imprevisibilidad de la economía y de la política, donde las fallas del mercado son innegables, los estados y sus políticas insuficientes⁶, las organizaciones toman un papel de suprema importancia; estas se presentan como la posibilidad de una nueva opción de desarrollo⁷, un nuevo significado de lo que es, e implica ser una organización en una sociedad, así mismo como la posibilidad del desastre y el retroceso. Sin embargo, la conexión entre el estado actual de la ética y el papel de las organizaciones como entes económicos y sociales enmarca una relación intrínseca con las personas. La visión del ser humano que se tiene al interior de la organización es determinante para poder establecer un proyecto de ética al interior de las organizaciones cuyo centro sea la confianza.

En relación con la confianza, aseveramos que son las personas el centro de la relación entre ética y empresa. Cualquier análisis serio sobre las empresas y sobre la ética empresarial del presente es un análisis que trae consigo la pregunta por las personas, los individuos, pues estos son la base y la condición de posibilidad de cualquier función de las empresas y las empresas en sí mismas. En síntesis: “Si se quiere resolver la crisis actual, tenemos que regresar a los fundamentos. Nosotros necesitamos cuestionar la interpretación de cómo nos vemos a nosotros mismos como seres humanos y de cómo desarrollamos organizaciones basándonos en esa interpretación” (Pirson & Lawrence, 2010, p.562).

Es a partir de esta reflexión que podemos proponer dos preguntas centrales para este escrito, ¿cuál es la noción de ser humano que posibilita la construcción de verdaderos proyectos éticos dentro de la organización? ¿Cuál es el lugar de la confianza dentro de dichos proyectos?

6 El enfoque neoliberal propugna una autonomía propia del mercado con una intromisión del Estado mínima, pero la situación actual de marginalidad, pobreza y desempleo indica por el contrario que no solo la intervención del Estado es absolutamente necesaria a mayor escala y aún así insuficiente, sino que las empresas como entes económicos también deben ser parte del desarrollo social. “A nadie se le escapa que vivimos inmersos en un escenario de mundialización económica que se caracteriza, en su misma raíz, por haber asumido la idea de economía de mercado, pero también por los problemas que están sufriendo las políticas económicas nacionales a la hora de llevar a cabo su correcta aplicación, por la regionalización económica cada vez más acusada y por la lacra de un problema que no se consigue erradicar: el de la pobreza, al que está muy unido el relativo del desempleo” (Marchesi, 2002, p. 25).

7 “Cuanto más complejas y globales son las empresas y sus entornos sociales, más grandes son los ámbitos en los que los mecanismos de control habituales (dinero y poder –derecho–) pierden eficacia y gana importancia la obligatoriedad de los estándares morales” (García-Marza, 2004, pp. 19-24).

En primera instancia, intentaremos argumentar que la base de un verdadero proyecto ético empresarial parte de la concepción que se tenga del ser humano dentro de la organización. Esta afirmación va de la mano con la emergencia de un nuevo paradigma humanista que entienda al hombre como el punto de partida y fin en las organizaciones. En segundo lugar, se pretende analizar el lugar transversal y central que tiene la confianza dentro de las relaciones organizacionales y en el proyecto de una ética empresarial.

1.2. La necesidad de una visión más amplia del ser humano

La teoría organizacional ha mantenido un punto de vista prácticamente constante sobre los seres humanos⁸. Dicha visión proviene en gran medida de la teoría neoclásica (Ghoshal, 2005). De acuerdo con esta tradición teórica, los seres humanos son oportunistas, egoístas, materialistas y lo más importante de todo, se guían por un principio de maximización de su propio beneficio, por encima del beneficio social. El *homo-economicus* se relaciona con los demás seres humanos de una manera transaccional donde lo importante es únicamente satisfacer sus propios intereses. Este tipo de hombre económico está motivado únicamente por la maximización de su utilidad. De esta manera, es un ser humano motivado generalmente por los niveles más bajos en la pirámide de necesidades de Maslow (1954) como lo son las necesidades psicológicas y de seguridad.

Ahora bien, las acciones de este sujeto no pueden ser evaluadas para una aplicabilidad universal dado que estas no logran determinar la moral (Dierksmeier & Pirson, 2008). Parte de la teoría organizacional, se ha centrado en lo que podríamos llamar la distorsión de Spencer sobre la teoría Darwinista de la evolución, en la cual para Spencer no sobreviviría el que se adapta más rápido a los cambios del ambiente sino que imperaría simplemente la ley del más fuerte sobre el más débil.

8 Es necesario aclarar que diversos autores hacen distinciones sobre los enfoques con los cuales se ha venido concibiendo a las personas al interior de las organizaciones empresariales. Así por ejemplo Rodríguez y Aguilera (2005) identifican tres grupos básicos de enfoques a través de los cuales se ha catalogado al ser humano, dichos enfoques son los *mecanicistas*, los cuales entienden a los seres humanos como parte de la producción y lo reducen a una concepción maquinica. Los enfoques *psico-sociológicos* los cuales muestran que más allá de una dimensión objetiva del trabajo hay una dimensión subjetiva del mismo que hace de los seres humanos estructuras mucho más complejas, que necesitan de diferentes estímulos para la realización de sus labores diarias dentro de la empresa. Finalmente, estos autores profundizan, en lo que han denominado los enfoques *antropológicos* en los cuales las organizaciones son entendidas como instituciones que llevan a cabo “la coordinación de acciones de personas para la satisfacción de necesidades reales de los miembros de la organización” (Pérez, 1994, p.28). Las personas son entendidas como fines y no como medios al interior de la organización. La división de dicho enfoque en gran medida dista mucho aún de la concepción que la mayoría de las empresas tienen de sus empleados las cuales parten de una noción clásica del *homo-economicus* (Pirson & Lawrence, 2010).

Argyris (1973) así como Davis (1997), aducen que los mecanismos organizacionales basados en la teoría del agente principal⁹ crean agentes orientados al ciclo o profecía de auto-cumplimiento. Varios estudios han criticado las bases teóricas de la gerencia y han mostrado la necesidad de que su base se centre más en aspectos psicológicos. Por ejemplo Tyler (2006) ha encontrado evidencia abrumadora de que las personas buscan respeto, aceptación, valores compartidos en vez de la utilidad a corto plazo.

Diener y Seligman (2004) han argumentado que para la mayoría de las personas tener una vida con sentido y significativa es mucho más importante que simplemente tener dinero, status o poder. De Cremer y Blader (2005) han señalado la profunda necesidad en las personas de pertenecer a un grupo determinado y de aceptación, lo cual va completamente en contravía de las presuposiciones de individualización de la teoría económica. En este sentido es que este texto hace un llamado a una comprensión más amplia del ser humano al interior de las organizaciones. Una comprensión del ser humano de este tipo permitiría desarrollar nuevos enfoques de liderazgo y gerencia (Pirson & Lawrence, 2010).

Trabajos como los de Lawrence y Nohria (2002) se han encargado de la tarea de evaluar algunos de los más recientes hallazgos sobre neurociencia, economía del comportamiento y, psicología evolucionaria, dando lugar a una teoría que nos permite ver al ser humano en una forma mucho más completa. Dicha teoría ha sido llamada por Lawrence (2007) la teoría darwiniana reformada; esta, esencialmente, permite ver como el cerebro humano debido a su evolución por selección natural y a su adaptación a los cambios del ambiente y dentro de las transformaciones sociales ha desarrollado mecanismos sumamente eficientes y complejos para responder con decisiones frente a todos los aspectos de la vida ya sean estos sociales o individuales.

La teoría supone que los mecanismos de nuestro cerebro que nos permiten obtener nuevas cosas o defender lo que es nuestro y que compartimos con el resto de los animales (Darwin, 1909) van de la mano con dos mecanismos más, el mecanismo de asociación el cual nos permite el comportamiento social y los vínculos a largo plazo y, el mecanismo de comprensión el cual nos permite reconocernos a nosotros como seres conscientes dentro de la realidad, darle sentido de maneras múltiples a nuestro mundo. Esta teoría es útil porque

⁹ Recordemos que la teoría del agente principal muestra la dependencia de un determinado agente económico de otro y específicamente de la moralidad de sus acciones, pues no posee información completa sobre el mismo. Sobre esta teoría surge la pregunta de cómo deben ser tratados los empleados, al no tenerse toda la información disponible sobre ellos. Una opción es la vigilancia, el control y los incentivos si se piensa en los empleados como el *homo-economicus*. Una segunda opción sería la presunción de otros intereses de los empleados más allá de los intereses egoístas que impulsarían un trato de una índole distinta.

permite un avance en la explicación de los comportamientos cooperativos, las coordinaciones complejas y, el hecho de que grupos de individuos subsuman sus intereses individuales por intereses mayores que una visión económica del hombre falla en explicar, pues supone que los hombres solo interactúan a través de mecanismos de obtención de lo que desean o su defensa¹⁰ (Nida-Ruemelin, 2009; Pirson & Lawrence, 2010).

Al ampliar nuestra visión sobre los seres humanos, podemos ahora preguntar sobre la posibilidad de un proyecto de ética empresarial, formación de valores y confianza, pues para que se den este tipo de relaciones complejas y ambivalentes o la formación de valores al interior de la organización se debe presuponer la capacidad de las personas de propiciar vínculos complejos y, la posibilidad de motivaciones trascendentes más allá de las recompensas inmediatas. Es claro en este punto que esta visión del ser humano se encuentra en una etapa de desarrollo y nos sirve como una base para pensar de manera distinta el modo como las personas son concebidas en la organización.

Consideramos que esta nueva etapa de construcción aún dista, de manera general, de la realidad empresarial en el mundo de hoy; en este sentido, este escrito, representa un esfuerzo por re-pensar dicha visión y las posibilidades y apertura de una nueva.

Antes de entrar a analizar las relaciones entre ética empresarial y confianza, debemos realizar un giro reflexivo y preguntarnos por los argumentos bajo los cuales la ética empresarial se ha sustentado.

1.3. ¿Cómo se sustenta la ética dentro de la organización?

Examinaremos ahora cómo se ha justificado la ética empresarial en el entorno empresarial actual. Una ética empresarial se puede justificar bajo tres razones, entre ellos los argumentos que llamaremos de tercer orden o argumentos técnico-económicos; estos argumentos arguyen que la ética empresarial puede ser fuente de ventaja competitiva. De hecho, múltiples estudios así lo han confirmado (Guillén, 2006).

En la actualidad, para las empresas tener un amplio marco de responsabilidad social, respetar la ley, considerar sistemáticamente las

10 Esta teoría de los cuatro medios de respuesta: obtención, defensa, lazos, comprensión es novedosa al mostrar que dichos mecanismos son tratados por nuestro cerebro de manera independiente. Lo cual quiere decir que cuando nos enfrentamos a una decisión compleja nuestro cerebro encuentra en estos mecanismos finalidades independientes y la complejidad surge para el cerebro pues debe lograr satisfacer los cuatro medios de respuesta y para hacerlo a través del cortex-prefrontal hace uso de todos los recursos como recuerdos, el contexto y la memoria de largo plazo. La respuesta debe ser completa y debe optimizar los cuatro medios de respuesta. “El concepto de hombre económico sin embargo asume en términos de esta teoría que el hombre está exclusivamente motivado por los medios de adquisición y defensa y que cualquier otro tipo de respuesta se subsume a estos medios principales” (Pirson & Lawrence, 2010, p.557)

decisiones mediante códigos éticos, más que representar una fuente de estancamiento en la competitividad de la empresa, representa una amplia fuente de ventaja competitiva a través de la construcción de imagen corporativa y marca, sin hablar de los innumerables beneficios impositivos que tales comportamientos pueden traerle a las empresas. Sin embargo, esta razón es insuficiente, pues pueden observarse cientos de organizaciones que a pesar de no ser éticas son extremadamente eficaces y eficientes.

Los argumentos de segundo orden, o psico-sociológicos argumentan que la ética empresarial se ha constituido en una necesidad, debido a una presión ejercida a través de la demanda de la sociedad o ciertos grupos de presión, así como la tranquilidad y el equilibrio de los propios empresarios y accionistas. Este tipo de argumentos muestran que en el diario uso de nuestras facultades, en el proceso continuo de toma de decisiones existe un elemento psico-afectivo. Las personas obran bien no solo porque eso es lo correcto, sino porque es un mecanismo efectivo de asegurar la tranquilidad de la persona que lleva a cabo las decisiones. Unido a lo anterior, podemos encontrar un factor social; la sociedad espera que las empresas y los entes económicos hagan bien las cosas y traten dignamente y adecuadamente a las personas. Además, en el presente las decisiones en las empresas se toman analizando los intereses de los *stakeholders*, es decir, las necesidades y los intereses, así como el peso de todos los implicados en la cadena de valor de la organización. De manera que: “como podemos observar estas razones de segundo orden sirven de base a las de tercer orden” (Marchesi, 2002, p.15), pues estas nuevas demandas sociales sumadas a los factores psico-afectivos determinan una presión del entorno hacia las organizaciones, exigiéndoles seguir esa preocupación que las demás organizaciones están teniendo en cuenta, dando lugar a lo ya expuesto; la ética empresarial es rentable, es una posibilidad de generar estabilidad en las organizaciones y hacerlas más estables en el largo plazo, además de ser un proceso sistemático que regula los comportamientos de la organización y contribuye a la tranquilidad de quienes toman las decisiones.

Finalmente, las razones de primer orden o de orden *Humano*. Estas razones determinan que la base esencial que justifica una ética empresarial no radica en el desarrollo *económico* ni en las *ventajas competitivas*, sino en el factor humano, en las personas las cuales siguen siendo personas al interior de la organización (Guillén, 2006, p.17). En consecuencia:

Si la acción humana se impone sobre el objeto técnico, puede alcanzar su finalidad; pero si el objeto técnico, por su magnitud, se impone sobre la acción humana, el hombre no puede asumir su finalidad y queda subordinado a la manera de ser de la técnica (Polo, 1993, p.52).

Estos argumentos responden a la pregunta que surgiría al suponer la carencia de un interés social o la misma posibilidad de ventaja competitiva o estratégica. Ahora bien, es posible que: ¿sin ninguno de estos intereses sociales o económicos se justifique una ética empresarial para las organizaciones? La respuesta a esta pregunta, según estas razones de primer orden, es afirmativa pues las personas como base y condición de posibilidad de toda organización requieren de un saber, de una disciplina, de un hábito que oriente su acción. De allí que Guillen afirme que: “Las razones de tercer y segundo orden son razones de conveniencia, mientras que las de primer orden son de necesidad” (2006, pp.15-20).

Este argumento de necesidad es el que hemos estado indagando a través de esta reflexión, –vale aclarar que dicho argumento se ha desarrollado de manera implícita pero no explícita– es justamente la pregunta que guía el texto. ¿Cuál es la posibilidad de una ética empresarial y cual es su relación con la construcción de la confianza? Será necesariamente una ética que encuentre su justificación en la raíz misma de toda organización humana; las personas. No en los medios de la técnica; el crecimiento económico o el desarrollo estratégico, los cuales representan métodos para llegar a objetivos o simplemente herramientas pero no fines. ¿Cómo podemos justificar este argumento de necesidad? La respuesta se halla en la relación directa que existe entre las personas como base innegable de las organizaciones y su esencial tarea al interior de las mismas en todas las dimensiones del trabajo; tanto la dimensión objetiva como la dimensión subjetiva del trabajo dependen de una acción siempre obligatoria la cual es la toma de decisiones. Por lo tanto, toda acción dentro de una organización, su supervivencia, crecimiento y sostenibilidad están directamente vinculados a las decisiones que toman las personas al interior de las mismas.

Las repercusiones que las propias acciones tienen sobre cada persona, y sobre quienes la rodean, pueden ser consideradas explícitamente o ignoradas, pero lo que no se puede es impedir sus consecuencias. Los seres humanos, por serlo, pueden obrar bien o mal, con ética o sin ella, les guste o no, pues son responsables de su obrar a cada paso que dan, y las organizaciones, como es obvio, están constituidas por personas (Guillén, 2006, p.17).

Es necesario tener en cuenta la ética en las organizaciones debido precisamente a la naturaleza ética de todo ser humano. Como lo hemos venido argumentando, los enfoques más avanzados con respecto al concepto de individuo y ética empresarial en la teoría administrativa, fundamentan a la persona como base de la organización y recobran la idea aristotélica de perfectibilidad del ser humano que se logra como un proceso, un *hábito*, un desarrollo de *carácter*, una *disciplina*, como un logro alcanzado a través de la experiencia de vida y de la toma de decisiones. Es precisamente este proceso

y este acto libre de elegir que forma el carácter lo que hemos llamado ética y determina hoy en día el futuro de toda organización humana. Ahora bien, “renunciar a esta dimensión en los juicios y comportamientos profesionales sería renunciar a la personal condición humana de quienes integran las organizaciones” (Guillén, 2006, p.17).

Este argumento de primer orden que es la esencia de una ética empresarial y que justifica el desarrollo humano al interior de las organizaciones, sin embargo, encuentra muchísimos inconvenientes en el presente. Como hemos expuesto, solo los nuevos enfoques y visiones del ser humano que lo entienden como un ser complejo y no solamente como un maximizador de sus propios intereses y oportunidades, realmente consideran a las personas como la base de la organización más allá de representar un elemento de la producción o activos intangibles de las empresas.

Por lo tanto, solo en estos enfoques es que se da lugar a la posibilidad de una verdadera ética empresarial cimentada en el factor humano, trascendiendo el interés económico y destinada a lograr tanto los objetivos empresariales como los intereses de los empleados. A pesar de esto, el escenario empresarial actual muestra que la inmensa mayoría de las empresas permanecen en enfoques mecanicistas o psico-sociológicos. La brecha entre la teoría hasta ahora planteada y la realidad es bastante amplia, pues a pesar de que la ética empresarial se ha convertido en una obligación y no una elección la noción de personas que tienen la mayoría de las empresas y el trato que las mismas le dan a los empleados muestran códigos éticos y estructuras de cultura corporativa que se basan en gran medida en estrategias, ventaja competitiva o la misma presión de la sociedad.

Estas afirmaciones no son una aseveración en negativo para el mundo de las organizaciones actuales, por el contrario plantean un gran reto y la necesidad de seguir construyendo una ética empresarial que permita el desarrollo de valores, que busque no solo el beneficio de los entes económicos sino que encuentre en la ética una herramienta de estabilidad y una posibilidad de contribución al desarrollo de la organización como de los seres humanos inmersos en ellas. De allí que: “La ética puede servir para justificar posturas que defiendan el progreso económico o puede ser la base para fundamentar políticas que favorezcan la vida plenamente humana de todos los que forman la sociedad” (Marchesi, 2002, p.26).

Ahora bien, en la actualidad uno de los argumentos más fuertes que respaldan las grandes diferencias planteadas entre teoría sobre la ética empresarial y la condición de las personas al interior de la organización es la crisis de confianza institucional que está en el corazón de casi todos los tipos de organización contemporánea. De allí que García asevere lo siguiente:

No obstante no sólo la cultura actual de la empresa no ha asimilado la importancia de la confianza, sino que no está sabiendo reaccionar frente a una situación o escenario que todos los analistas califican como una auténtica crisis de confianza. Precisamente cuando mayor es su protagonismo y se espera una mayor aportación de la empresa al desarrollo económico social y ecológico. Los grandes escándalos de Enron, Gescartera, etc., han extendido la desconfianza y han hecho que casi nadie se fié de los resultados que presentan las sociedades cotizadas. Pero esta sospecha también alcanza todo tipo de respuestas e informes empresariales, a toda declaración de buenas intenciones, de elaboración de códigos éticos, de certificaciones de todo tipo: de calidad, ecológica, etc., *incluso éticas* (2004, p.56)

La continua toma de decisiones que no esta enfocada desde una perspectiva de la construcción de valores, de la confianza, termina por crear lo se puede llamar una cadena de destrucción de valor, de deshumanización de las organizaciones. Crear valores, confianza y una ética sólida es posible cuando tanto la cultura de la empresa como los mandos medios y altos de la misma toman sistemáticamente decisiones que imponen un patrón de comportamiento en toda la jerarquía de la empresa. Tal comportamiento se ve reflejado en la imagen saludable de la empresa, en su relación con todos los *stakeholders* a un nivel micro o individual, meso o empresarial y, por supuesto, en un nivel macroeconómico o del entorno de la organización. Tal proceso se puede resumir de la siguiente forma: a partir de las decisiones éticas sistemáticas y el reconocimiento de la importancia fundamental de las personas en las organizaciones, lo cual viene acompañado de la motivación para con el trabajo y una alta productividad, se construye una verdadera ética y cultura organizacional fundamentada en la confianza. Estos procesos son los que dan lugar a un nivel meso o de integridad organizacional fuerte. Por supuesto, a través del tiempo este círculo virtuoso de la ética da lugar a un nivel macroeconómico saludable que se ve representado en reputación, buena fama y una estrecha relación con los clientes, los proveedores y en general con todos los *stakeholders* de la organización. Como hemos venido planteando: toda esta construcción requiere, en primer lugar, del progreso en el concepto de individuo que se tiene en una organización. Un proceso de desarrollo de la confianza y de la ética que se centre en la importancia de las personas satisface las tres razones que fundamentan una ética empresarial; pues se obtienen beneficios económicos, sociales y, por último, las personas se encuentran en una posición donde si bien no se llevará a cabo todo su proyecto de vida, pues esto se constituye en un imposible, si se atenderá muchos más de los objetivos que tiene la empresa y que cada individuo se plantea a sí mismo durante la realización continua de su trabajo.

II. Referencias bibliográficas

- Arena C. (2004). *Cause for Success: 10 Companies That Put Profit Second and Came in First*. New World Library, Novato.
- Argyris C. (1973). Some "Limits of Rational Man Organizational Theory", *Public Administration Review* (33), 253-267.
- Aristóteles (1987). *Ética Nicomaquea*, Bogotá: Universales.
- Aguilera, J.; Rodríguez, A. (2005). *Persona Ética y Organización: Hacia un nuevo paradigma organizacional*, Universidad Essan, Lima (Perú).
- Cortina, A.; Conill J.; Domingo A.; Garcia-Marzá D. (1994). *Ética de la empresa*. Madrid: Trotta.
- Conill J. (2004) *Horizontes de economía ética*. Madrid: Tecnos
- Cortina, A. (2005). "Ética de la empresa, no solo responsabilidad social", *Revista de empresa* 11, 40-49.
- Darwin, C. (1909). *The Descent of Man and Selection in Relation to Sex*, Appleton & Company, New York.
- Davis J. & Schoorman, et al. (1997). "Toward a Stewardship Theory of Management", *Academy of Management Review*, 22 (1), 20-47.
- De Cremer D. & Blander S. (2005). "Why Do People Care About Procedural Fairness? The importance of Belongingness in Responding and Attending to Procedures", *European Journal of Social Psychology*, 36(2), 211-228.
- Diener, E. & M. E. P. Seligman (2004). "Beyond Money: Toward an Economy of Well-Being", *Psychological Science in the public interest*, (5), 1-31
- Dierksmeier C. & Pirson M. (2008). *Freedom and the Modern Corporation*, ISBEE, Capetown, S.A.
- García-Marza, D. (2004). *Ética empresarial: Del diálogo a la confianza*, Madrid – España, Trotta.
- _____. (2004). *Ética empresarial*, Trotta, Madrid - España.
- Ghoshal, S. (2005), "Bad Management Theories are Destroying Good Management Practices", *Academy of Management Learning and Education*, 4(1), 75-91.
- Guillén, M. (2006). *Ética de las Organizaciones: Construyendo confianza*, Pretince Hall, Madrid.
- Hart, S. (2005). *Capitalism at the Crossroads: The Unlimited Business Opportunities in Solving the World's Most Difficult Problems*, Wharton School Publishing, Philadelphia.
- Jackson I. & Nelson J. (2004). *Profits with Principles-Seven Strategies for Delivering Value with Values*, Currency Doubleday, New York.
- Jonas, H. (1995). *El principio de responsabilidad: Ensayo de una ética para la civilización tecnológica*, Barcelona: Herder.
- Lawrence, P. (2007), *Being Human – A renewed Darwinian Theory of Human Behavior*, Cambridge, MA. www.prlawrence.com.
- Lipovetsky, G. (2000). *La era del vacío*, Barcelona - España: Anagrama.
- _____. (2000). *El crepúsculo del deber*, Barcelona - España: Anagrama.
- Lozano, J. (2004). *Códigos éticos para el mundo empresarial*, Madrid - España, Trotta.
- _____. (1999). *Ética y empresa*, Madrid - España, Trotta.
- Maslow, A. (1954). *Motivation and personality*, New York: Harper & Brothers.
- Mayo, E. (1946). *The human problems of an industrial civilization*, University press. Cambridge: Harvard
- Marchesi, J. & Sotelo, J. (2002). *Ética, Crecimiento económico y desarrollo humano*, Madrid – España, Trotta.
- Nida-Ruemelin, J. (2009). "Philosophical Grounds of Humanism in Economics" in H. Spitzack, M. Pirson, W. Amann, S. Khan & E. von Kimakowitz (eds), *Humanism in Business: Perspectives on the Development of a Responsible Business Society*, Cambridge University Press, Cambridge, UK.
- Pérez, J. (1994). *Fundamentos de la dirección de empresas*, Madrid: Rialp.
- Pirson M. & Lawrence P. (2010). "Humanism in Business - Towards a Paradigm Shift?" *Journal of Business Ethics* (93), 553-565.
- Polo, L. (1993). *Presente y futuro del hombre*, Madrid: Rialp.
- Siqueira, J. (2006). "Selecciones Bioética", Instituto de Bioética ISSN: 1657-8856, Bogotá, Colombia.
- Tyler, T.R. (2006), *Social Justice Research*. S. f. S. o. Justice. Cambridge, MA.
- Velasquez, M. (2006). *Business Ethics*, Pearson Education, New Jersey United States of America.