



Sustentabilidad y responsabilidad social empresarial.

Enero - Abril

Marco Estratégico de Referencia

Antecedentes históricos

Nuestra Universidad tiene sus antecedentes de formación en el año de 1978 con el inicio de actividades de la normal de educadoras “Edgar Robledo Santiago”, que en su momento marcó un nuevo rumbo para la educación de Comitán y del estado de Chiapas. Nuestra escuela fue fundada por el Profesor Manuel Albores Salazar con la idea de traer educación a Comitán, ya que esto representaba una forma de apoyar a muchas familias de la región para que siguieran estudiando.

En el año 1984 inicia actividades el CBTiS Moctezuma Ilhuicamina, que fue el primer bachillerato tecnológico particular del estado de Chiapas, manteniendo con esto la visión en grande de traer educación a nuestro municipio, esta institución fue creada para que la gente que trabajaba por la mañana tuviera la opción de estudiar por las tardes.

La Maestra Martha Ruth Alcázar Mellanes es la madre de los tres integrantes de la familia Albores Alcázar que se fueron integrando poco a poco a la escuela formada por su padre, el Profesor Manuel Albores Salazar; Víctor Manuel Albores Alcázar en julio de 1996 como chofer de transporte escolar, Karla Fabiola Albores Alcázar se integró en la docencia en 1998, Martha Patricia Albores Alcázar en el departamento de cobranza en 1999.

En el año 2002, Víctor Manuel Albores Alcázar formó el Grupo Educativo Albores Alcázar S.C. para darle un nuevo rumbo y sentido empresarial al negocio familiar y en el año 2004 funda la Universidad Del Sureste.

La formación de nuestra Universidad se da principalmente porque en Comitán y en toda la región no existía una verdadera oferta educativa, por lo que se veía urgente la creación de una institución de educación superior, pero que estuviera a la altura de las exigencias de

los jóvenes que tenían intención de seguir estudiando o de los profesionistas para seguir preparándose a través de estudios de posgrado.

Nuestra universidad inició sus actividades el 19 de agosto del 2004 en las instalaciones de la 4ª avenida oriente sur no. 24, con la licenciatura en puericultura, contando con dos grupos de cuarenta alumnos cada uno. En el año 2005 nos trasladamos a las instalaciones de carretera Comitán – Tzimol km. 57 donde actualmente se encuentra el campus Comitán y el corporativo UDS, este último, es el encargado de estandarizar y controlar todos los procesos operativos y educativos de los diferentes campus, así como de crear los diferentes planes estratégicos de expansión de la marca.

Misión

Satisfacer la necesidad de educación que promueva el espíritu emprendedor, basados en Altos Estándares de calidad Académica, que propicie el desarrollo de estudiantes, profesores, colaboradores y la sociedad.

Visión

Ser la mejor Universidad en cada región de influencia, generando crecimiento sostenible y ofertas académicas innovadoras con pertinencia para la sociedad.

Valores

- Disciplina
- Honestidad
- Equidad
- Libertad

Escudo



El escudo del Grupo Educativo Albores Alcázar S.C. está constituido por tres líneas curvas que nacen de izquierda a derecha formando los escalones al éxito. En la parte superior está situado un cuadro motivo de la abstracción de la forma de un libro abierto.

Eslogan

“Pasión por Educar”

Balam



Es nuestra mascota, su nombre proviene de la lengua maya cuyo significado es jaguar. Su piel es negra y se distingue por ser líder, trabaja en equipo y obtiene lo que desea. El ímpetu, extremo valor y fortaleza son los rasgos que distinguen a los integrantes de la comunidad UDS.

Sustentabilidad y rentabilidad empresarial

Objetivo de la materia:

Tiene por objeto proporcionar al estudiante los conocimientos previos necesarios que le permitirán profundizar posteriormente en cualquiera de las dimensiones de la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social Empresarial.

Unidad I

Introducción a la sustentabilidad

- 1.1. Insostenibilidad y sostenibilidad: principios básicos
- 1.2 Ideas clave sobre el desarrollo sostenible
- 1.3 Complejidad, sistemas vivos y sostenibilidad
- 1.4 Metas esenciales del desarrollo sostenible

Unidad 2

La RSE una nueva forma de gestión

- 2.1 Contexto, antecedentes, significado y justificación de la RSE
- 2.2 Marco conceptual e insitucional de la RSE
- 2.3 ¿Ante quienes es responsable la empresa? Los *stakeholders*
- 2.4 La responsabilidad de la alta dirección en la estrategia de RSE
- 2.5 Medición y gestión de la RSE: principales herramientas

Unidad 3

Dimensiones y grupos de interés

- 3.1 Modelo socioeconómico y papel de la empresa ante la RSE
- 3.2 Creación de valor de la empresa y los beneficios de la RSE.

3.3 RSE y los impactos positivos

Unidad 4

Ética empresarial

- 4.1 Articulación de la ética empresarial
- 4.2 El liderazgo de los directivos.
- 4.3 La conducta ética del emprendedor
- 4.4 La responsabilidad social de ser competitivo

Unidad I

Unidad I

Introducción a la sustentabilidad

I.1. Insostenibilidad y sostenibilidad: principios básicos

La noción de insostenibilidad, desde Malthus y Ricardo, está basada en la proyección a futuro del impacto ambiental de las actividades humanas. En la situación actual la prospectiva conduce a la observación que, si no cambia nada, la degradación ambiental hará insostenible el uso actual del entorno. La sostenibilidad, en su definición más ampliamente difundida, es la característica que necesariamente debe tener un modelo de desarrollo “que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (Brundtland, 1992:29).

Una primera observación de la que debemos partir es que cualquier actividad humana tiene un impacto sobre su entorno, y que estos impactos han ido evolucionando junto a las sociedades a lo largo de la historia. Sin embargo, como apunta Fernando Parra (1993), la novedad es el hecho que las interacciones de las sociedades humanas con su entorno “implican por primera vez cambios globales, persistentes en el tiempo y extendidos en el espacio, que nos afectan a todos y no sólo a la comunidad o pobladores a nivel local o a la región dónde se producen”. Antes de la época industrial el impacto ambiental se encontraba restringido fundamentalmente al ámbito local, pero con la revolución industrial las consecuencias de la presión sobre el medio ambiente crecieron exponencialmente, sobrepasando la localidad para alcanzar dimensiones globales.

Aceptar que necesitamos buscar un estadio o un desarrollo que sean sostenibles implica la necesidad de comprender las dimensiones del conflicto socio-ecológico. Para ello es imprescindible analizar el conflicto socio-ecológico desde una perspectiva histórica amplia.

Sus dimensiones básicas, es decir, la ambiental, la social, la económica y la institucional, están presentes desde la etapa eotécnica hasta nuestros días. En el centro del debate se encuentra la necesidad de comprender la génesis de la ideología del progreso y del dominio de la naturaleza, que pretendemos sintetizar en las siguientes páginas. En las siguientes líneas, observamos cómo los conflictos relacionados con el entorno en las culturas preindustriales presentan las cuatro dimensiones que hoy reconocemos en la sostenibilidad, e incluso se observan situaciones de insostenibilidad a nivel local a causa del impacto humano sobre el entorno.

La preocupación por el impacto humano sobre el entorno está documentada desde la Antigüedad. Platón, por ejemplo, ya se lamentaba en su diálogo de Critias de la deforestación excesiva y de sus efectos en Ática en el siglo V a.C. Los impactos humanos sobre el entorno, y las preocupaciones sobre éstos, no son, pues, un hecho incipiente. Como apunta el geógrafo brasileño Milton Santos (2002), la historia de la relación Sociedad-Naturaleza ha sido, en todos los lugares habitados del planeta, la de la sustitución de un medio natural por un medio cada vez más artificial, sin que éste lo sea plenamente. Las situaciones de insostenibilidad han conducido en varios momentos de la historia a retrocesos en las condiciones de vida de la población. Marvin Harris (1978:34-48) apunta que el fin del último periodo glacial (hace 13.000 años) provocó un desequilibrio ecológico entre las grandes presas y las poblaciones de cazadores recolectores. A causa de la escasez de aquéllas, las poblaciones humanas se vieron forzadas a una “caza y recolección de amplio espectro”, en Oriente Medio mucho antes que en regiones más septentrionales. Las primeras aldeas se situaron en lugares donde poder acumular grandes cantidades de cereales silvestres. Según Harris (1978:47-48):

La aparición de la vida aldeana fue una respuesta a los agotamientos producidos cuando se intensificó el modo de subsistencia basado en la caza-recolección. [...] Las dietas ricas en calorías y medianamente altas en proteínas, redujeron la efectividad de la lactancia prolongada como método contraceptivo. En esta etapa las mujeres se habían vuelto más sedentarias y podían cuidar tanto de su bebé como, al mismo tiempo, a un hijo de tres o cuatro años de edad. Las tareas

agrícolas absorbían el trabajo de los niños y las poblaciones podían extenderse hacia tierras vírgenes. Partiendo de 100.000 personas en el año 8000, la población de Oriente Medio probablemente superó los 3 millones de habitantes cerca del año 4000 a.C., o sea que en cuatro mil años multiplicó por cuarenta su población. Este aumento supuso renovadas presiones en los niveles de vida y dio principio a una nueva ronda de intensificación y a un nuevo ciclo de agotamientos. Los recursos forestales demostraron ser especialmente vulnerables al incremento de animales domésticos. Grandes zonas se convirtieron en malezas y las tierras comenzaron a erosionarse.

A medida que la tecnología aparece en la cotidianidad humana los impactos sobre el entorno se incrementan. Los casos de fractura de la sostenibilidad en sistemas cerrados, como islas, nos proporcionan evidencias de las consecuencias de la superación de los límites de carga del entorno. En la Isla de Pascua se calcula que había entre 10.000 y 15.000 habitantes hacia el siglo XVII y estaba cubierta por bosques de cocoteros y de toromiros. Según los historiadores, la superpoblación y la tala de árboles por la construcción de estatuas, barcas de pesca y cabañas acabaron deforestando la isla. En un contexto de disminución rápida de la disponibilidad de alimentos se desencadenaron guerras entre diferentes tribus, llegándose a encontrar evidencias de canibalismo. A la llegada de los primeros europeos, el domingo de Pascua de 1722, la isla se encontraba totalmente desforestada y su población había disminuido hasta los 2.000 o 3.000 habitantes.

Los cambios tecnológicos de la Edad Media aumentaron, todavía más, la intensidad de la deforestación de etapas anteriores en muchas regiones de Europa. Las “nuevas” tecnologías medievales hicieron posible, de una parte, el crecimiento intensivo y extensivo de la agricultura y, por otra, el aumento de la actividad de los talleres artesanos y de su demanda energética. Los conflictos socio-ecológicos en la Europa preindustrial están vinculados mayoritariamente a casos de deforestación.

La madera de los bosques se hizo insuficiente para suministrar combustible a las ciudades medievales, especialmente para la actividad de los talleres de artesanos.

En Inglaterra apareció el sea coal, un nuevo carbón de alto contenido en azufre, y con él un nuevo tipo de contaminación del aire de las ciudades que lo hacía irrespirable en las zonas en que se utilizaba masivamente. Como señala Nieto-Galán (2004), la crisis preindustrial de la madera y de los bosques explicaría algunos de los problemas medioambientales de las ciudades medievales en el siglo XIII.

Otro factor clásico que encontramos relacionados con la crisis de la madera es el demográfico. Entre el siglo XI y el siglo XIII, la población de Inglaterra creció de manera importante y los bosques prácticamente desaparecieron. Debido a la epidemia de peste negra, entre 1348 y 1351, la población inglesa pasó de 3,7 millones a prácticamente la mitad. No sería hasta el siglo XVII que se volvería alcanzar ese nivel poblacional, lo que hizo que los bosques recuperaran terreno a los campos agrícolas y se evitara durante siglos el dilema de gastar madera o sea coal como combustible. Según Nieto-Galán, desde 1257 están documentados problemas de contaminación relacionados con el uso de este carbón a causa de su alto contenido en azufre.

Un precedente curioso de legislación ambiental como herramienta para hacer frente a los conflictos ambientales, lo encontramos en el edicto promulgado en 1307 por el rey Eduardo I de Inglaterra. Este edicto sancionaba con la pena de muerte a quien utilizara sea coal como combustible, por sus emanaciones nocivas continuas y los malos olores. Este tipo de carbón fue prohibido (de nuevo) en el siglo XVI a ambos lados del Támesis como combustible en los talleres de artesanos, cuando se empezaba a recuperar el nivel demográfico previo a la epidemia de la peste negra. Otros dos factores están estrechamente relacionados en los conflictos socio-ecológicos de las culturas preindustriales europeas. El primero es la “corrupción del entorno” y a sus efectos negativos sobre salud, entendidos desde una concepción hipocrática de la medicina. Las creencias médicas, vigentes todavía hasta el siglo XX en diversos lugares, consideraban que ciertos tipos de aguas “esparcían fiebres y muerte” y eran generadoras de animales

venenosos; estos surgían de los lugares donde había corrupción de la materia, corrupción de la cual cogían su veneno (Bernat, 2002).³ El segundo factor que encontramos frecuentemente es el conflicto de intereses entre los actores productivos que generaban la corrupción y los actores (productivos o no) que la sufrían. Las disputas por los perjuicios económicos relacionados con el medio ambiente en los núcleos urbanos preindustriales acostumbran a estar referidas a la contaminación (corrupción) de las aguas por alguna actividad gremial, como la de los curtidores o la de los molinos de trigo, perjudicando a sus otros usos.

La separación conceptual Sociedad-Naturaleza que apunta Santos se profundiza en el Renacimiento, cuando la ciencia (la nueva fuente de saber) separa el hombre de la naturaleza, lo que es objetivo de lo que es subjetivo. Varios autores buscan el apoyo ideológico que legitima la explotación de la naturaleza en la obra de Francis Bacon, que ensalza el carácter práctico del conocimiento que permite poner la naturaleza al servicio de los hombres y recalca definitivamente el carácter progresivo y acumulativo de la ciencia. Según el pensamiento baconiano, la naturaleza debe ser re-creada para servir a los intereses y deseos humanos, y señala que la grandeza humana radica en su capacidad de controlar y mejorar el entorno a través de la aplicación de los conocimientos científicos.

A partir de este momento el trabajo práctico deja de considerarse una actividad vil y, a través de la razón, se empiezan a usar planificadamente las “leyes” de la naturaleza por transformarla y modelarla. Bacon hace de puente entre la tradición medieval antropocéntrica y la revolución industrial, aportando una justificación filosófica a la explotación de la naturaleza con los nuevos medios tecnológicos.

El desarrollo de un cambio de mentalidad en la Época Moderna que incide en el elogio de las capacidades productivas del trabajo puede encontrar ciertos precedentes en la máxima de ora et labora de los monasterios medievales benedictinos, según Mumford, o en el elogio del trabajo en el protestantismo calvinista del siglo XVI, según Weber. A partir del siglo XVII se impone, con pocas excepciones geográficas, la atribución de las cualidades productivas del trabajo.

Como señala Martí Escayol (2004), el interés moderno por la economía se enmarca en el paso de un esquema mental teológico y organicista a otro de mecánico y causal; es decir, en el paso de una ciencia contemplativa a una ciencia activa, de un hombre espectador del mundo a otro que pretende controlarlo y someterlo

La Modernidad, por otro lado, marca la aparición y consolidación de los “grandes Estados modernos” basados en una política que propugna el crecimiento y la prosperidad del Estado, y de la expansión de las colonias de ultramar, que tendrán posteriormente una influencia decisiva en el desarrollo de la revolución industrial, con el aumento de las exportaciones y de la afluencia de materias primas. El nuevo marco mental que legitima el trabajo mecánico, junto con los descubrimientos geográficos y la consecución de amplios mercados, impulsa el aumento de la producción. La idea de que la abundancia depende del trabajo humano se expande, especialmente en la Europa protestante. En España, sin embargo, la devaluación del trabajo práctico entre los mismos gremios, vinculada a la concepción religiosa de la sociedad, perduró hasta bien entrado el siglo XIX. Como señala Moral (2000), durante el siglo XVIII se impulsaron varias medidas para intentar “eliminar el menosprecio social que existía hacia los oficios mecánicos, calificados de viles y poco honrosos”, como la convocatoria de premios “a las Artes y Oficios” y la promoción social de aquellos artesanos más aventajados, que realizaron las Reales Sociedades Económicas de los Amigos del País.

El proceso de industrialización supuso, entre otras cosas, una importante desestabilización en varios sectores sociales: de una parte, el colapso de las centenarias sociedades gremiales y del artesanado; por otro lado, el cambio de vida brusco de las masas de campesinos que convergían en las fábricas buscando mejores condiciones de trabajo y que encontraban allí su proletarización. En este contexto de cambio cultural y social, se desarrolla un marco diverso y heterogéneo de crítica a la industrialización capitalista.

Una de estas expresiones es el movimiento romántico que nace a finales del siglo XVIII en Alemania y que se extenderá por Europa occidental y los Estados Unidos durante el siglo XIX. La ética del guerrero, que enfrenta a la del burgués y el tendero, se desarrolla en el

discurso literario occidental y se mezcla con componentes que hoy podríamos calificar como proto-ecologistas. Se ensalza e idealiza un pasado de sociedades armónicas y cohesionadas, frente a la convulsión que suponían las transformaciones de la revolución industrial. Con un carácter claramente revolucionario, el romanticismo pretende romper con el orden y la jerarquía de valores imperantes, reivindicando la libertad auténtica, la relación con la naturaleza (exterior e interior), la vida desde el sentimiento, en clara contraposición a los principios de la razón ilustrada.

En Inglaterra hubo cuatro grandes episodios de destrucción de maquinaria entre 1811 y 1816. Las severas condiciones de trabajo, la mala racha de cosechas de cereales de 1811 y los efectos depresivos de la guerra napoleónica, llevaron a los tejedores manuales a reclamar mejores condiciones de trabajo. La disolución violenta por parte del ejército de una manifestación de trabajadores en Nottingham tuvo como respuesta el incendio nocturno de sesenta máquinas de tejer medias. Estas acciones destructivas se extendieron por las zonas de intensa industrialización de Lancashire y Yorkshire en 1812, y posteriormente el movimiento se extendió por toda Europa. En España, el movimiento de destrucción de máquinas tuvo cierta importancia a partir de esa fecha. En 1821 se quemaron telares y máquinas de hilar en Alcoy; en 1823, se destruyeron máquinas de cardar e hilar en Camprodón. Entre 1830 y 1840 se sucedieron los disturbios en Catalunya; en uno de ellos se incendió la primera fábrica de España “a la inglesa” -es decir accionada con vapor- la de Bonaplanta, que había sido construida tres años antes en la calle Tallers de Barcelona y que contaba con una plantilla de seiscientas a setecientas personas.

La noción de progreso ilimitado de la cultura industrial empieza a ser seriamente cuestionada desde el mismo centro del paradigma cartesiano a partir de 1972. Aquel año se publica el informe encargado por el Club de Roma al MIT (Instituto Tecnológico de Massachussets), titulado Los límites del crecimiento. La autoridad moral del MIT dentro del ámbito cultural dominado por la razón instrumental hace que este estudio tenga un impacto diferente de todos los anteriores en las esferas dominadas por esta lógica, en las instituciones y la academia.

La utilización de la prospectiva in-sostenibilista tiene un precedente en el “Ensayo sobre la población” (Essay of the Principle of Population) del año 1798. Malthus expuso en este ensayo el principio según el cual la población humana estaba abocada a la pobreza y la extinción basándose en la siguiente idea:

Afirmo que la capacidad de crecimiento de la población es infinitamente mayor que la capacidad de la tierra para producir alimentos para el hombre. La población, si no encuentra obstáculos, aumenta en progresión geométrica. Los alimentos sólo aumentan en progresión aritmética. Basta con poseer las más elementales nociones de números para poder apreciar la inmensa diferencia a favor de la primera de estas dos fuerzas.

Desde que se publicó el informe Brundtland, el impacto de sus planteamientos iniciales ha aumentado substancialmente. Se han abierto nuevos espacios culturales, económicos, social y políticos: expansión de los movimientos ecologistas, creación de legislaciones e instituciones medioambientales, surgimiento de sectores económicos basados en la sostenibilidad, y desarrollo de cumbres y reuniones internacionales entorno al tema ambiental. Todo ello ha nutrido y hecho más compleja la noción de desarrollo sostenible.

Una expresión de la dificultad de describir y consensuar una visión sobre qué es la sostenibilidad es el hecho de que existan más de 300 definiciones de este término (Gouveia, 2002 citado en Wiesenfeld, 2003). De hecho, “sostenibilidad” puede considerarse un término plástico (plastic word), en el sentido aportado por el lingüista Uwe Poerksen (1995), puesto que su uso ha perdido un significado concreto y aparece maleable, ajustable según el discurso en el que es utilizado.

Los problemas ambientales más frecuentemente mencionados en los análisis, como señala Wiesenfeld (2003), son: el cambio climático, la pérdida de la capa de ozono, la deforestación, la extinción de especies, el agotamiento del agua y de tierras fértiles, la lluvia ácida, la contaminación tóxica del aire y de el agua y la exposición humana a sustancias tóxicas. Ciertos efectos inesperados sobre la salud de la producción industrial de algunos productos o sus residuos, como la generación involuntaria de disruptores

hormonales persistentes en el medio, extienden el término de insostenibilidad más allá de los límites físicos de los recursos.

Sostenibilidad

En la literatura en español, se encuentra la utilización de los términos sostenible y sustentable; desarrollo sostenible y desarrollo sustentable; sostenibilidad y sustentabilidad. Sin embargo, quienes utilizan las expresiones se fundamentan en el término sustainability, como referente para sus publicaciones. Así por ejemplo, se pueden encontrar artículos científicos que traducen sustainability como sostenibilidad, y a su vez, otros artículos que traducen el término como sustentabilidad, incluso cuando la referencia citada es la misma. Méndez Chiriboga (2012), indica que tanto sostenibilidad como sustentabilidad no presentan mayor diferenciación con respecto a su aplicación al desarrollo, sino que su diferencia corresponde a su ubicación geográfica (lugar donde se utilice la expresión) o léxico, pero no modifica su objetivo principal: satisfacer las necesidades de la Para establecer diferencias en los términos, se puede partir de criterios de uso conceptuales o lingüísticos.

El diccionario de la Real Academia Española (RAE), define sustentable como: “que se puede sustentar o defender con razones”; y sostenible como “dicho de un proceso que puede mantenerse por sí mismo, como lo hace”.

Desde este punto de vista, Villamizar (s.f.) señala que el desarrollo sostenible es el término que se le da al equilibrio del manejo del Planeta en tres ámbitos: ambiental, social y económico. Teniendo en cuenta que ningún recurso renovable deberá utilizarse a un ritmo superior al de su generación, ningún contaminante deberá producirse a un ritmo superior al que pueda ser reciclado, neutralizado o absorbido por el medio ambiente, ningún recurso no renovable deberá aprovecharse a mayor velocidad de lo necesario para sustituirlo por uno renovable utilizado de manera sostenible.

Se refiere al desarrollo sustentable como un proceso integral que exige a los distintos actores de la sociedad compromisos y responsabilidades al aplicar mecanismos económicos, políticos, ambientales y sociales, así como en los patrones de consumo que determinan la calidad de vida. Requiere el manejo de recursos naturales, humanos, sociales, económicos y tecnológicos, con el fin de alcanzar una mejor calidad de vida para la población, y al mismo tiempo, velar porque los patrones de consumo actual no afecten el bienestar de las generaciones futuras (Villamizar, s.f.).

Por el contrario, Pujadas (2011) argumenta que “sustainable development” es un proceso de desarrollo económico, humano y medioambiental, que no depende de asistencia externa para mantenerse: un desarrollo sostenible en el tiempo. Mientras que no se ajusta el concepto sustentable al entenderlo como que se puede sustentar o defender con razones.

Ahora bien, desde el punto de vista lingüístico, Márquez Rodríguez citado por Villamizar (s.f.), descompone las palabras sostenible y sustentable mostrándolos como adjetivos verbales, porque derivan de sendos verbos: sostener y sustentar. Pertenecen al tipo de esos adjetivos que se forman mediante el agregado a la raíz del verbo del sufijo -able o -ible. Este denota la idea de posibilidad pasiva, es decir, capacidad o aptitud para recibir la acción del verbo. Sostenible es lo que es “capaz de sostener o de sostenerse”, y sustentable aquello que es “capaz de sustentar o sustentarse”. Márquez Rodríguez concluye que desde el sentido semántico, los términos son sinónimos.

Sustentabilidad y desarrollo sustentable han sido utilizados en la creciente literatura y en el debate sobre políticas con diferentes significados e interpretaciones (Pepper, 1998; Sathiendrakumar, 1996; citados por Martins et al., 2006). Hablar de sustentabilidad es, por lo tanto, hablar de desarrollo sustentable. La noción de desarrollo sustentable puede tener sus inicios en 1980, no obstante, la fecha que ha quedado registrada en la mayoría de los libros es el otoño de 1983, momento en el que la Organización de las Naciones Unidas crea la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD) (Viso, 2005). Sin embargo, el origen del concepto en sí se remonta 300 años en el trabajo sobre

arboricultura sustentable de Hans Carl von Carlowitz (Saechsische, 2013) y TR Malthus (1766-1834) quien señaló los límites ambientales al crecimiento de la población (Mebratu, 1998). Por otra parte, para Gallopín (2003) el concepto de desarrollo sustentable es muy distinto del de sustentabilidad, en el sentido de que la palabra «desarrollo» apunta claramente a la idea de cambio, de cambio gradual y direccional. Lo que se sostiene, o debe hacerse sustentable, es el proceso de mejoramiento de la condición humana (o mejor, del sistema socio-ecológico en el que participan los seres humanos), proceso que no necesariamente requiere del crecimiento indefinido del consumo de energía y materiales. Para avanzar hacia el desarrollo sustentable se necesita:

- Eliminar las rigideces y obstáculos acumulados.
- Identificar y proteger la base de conocimientos y experiencias acumulados que son importantes como los cimientos para avanzar.
- Sostener las bases sociales y naturales de adaptación y renovación, e identificar y acrecentar la capacidad necesaria de renovación que se ha perdido.
- Estimular la innovación, la experimentación y la creatividad social.

Se puede entender la sustentabilidad como un paradigma para pensar en un futuro en el que las consideraciones ambientales, sociales y económicas se balanceen en la búsqueda del desarrollo y una mejor calidad de vida (Mckeown et al., 2002). Finalmente, se enfatiza en que el concepto de desarrollo sustentable debe tener unas bases éticas, como pueden ser la justicia intergeneracional, la equidad intrageneracional o la preocupación ecocéntrica de preservación de la diversidad biológica (Biofilia) (Gallopín, 2003).

1.2 Ideas clave sobre el desarrollo sostenible

El desarrollo sostenible (DS) abarca tres categorías: medioambiental (medio ambiente, herramientas de evaluación, recursos, tecnologías verdes), social (valores e impactos sociales) y económicas (aspectos económicos, la gestión, las partes interesadas, la política y las políticas) (Hanning et al., 2012). Martins et al. (2006), presenta este modelo general aceptado para la sustentabilidad (Figura 1). Por otra parte, para Viso (2005), la sustentabilidad se puede tratar desde cuatro perspectivas: medioambiental, económica, ética y gobernanza sustentable (Figura 2).

Figura 1. Modelo para la sustentabilidad.

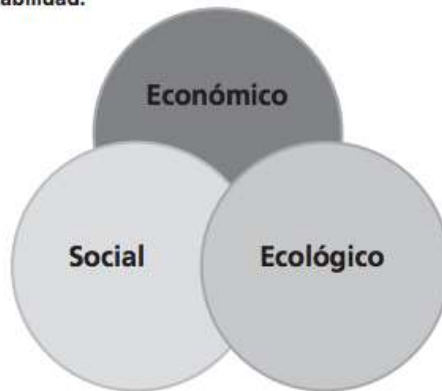
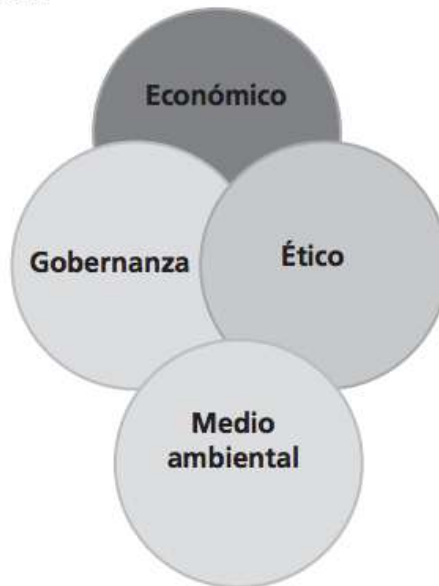


Figura 2. Modelo de sustentabilidad



En los últimos años el modelo ha añadido una cuarta y quinta dimensión: institucional y cultural (Waas et al., 2011). Un modelo ideal compara, por ejemplo, los principios normativos, la gobernanza, la tecnología, la integración de políticas y herramientas y la filosofía subyacente de cada modelo; permite, según Baker (2005), moverse desde una visión del mundo antropocéntrica a una ecocéntrica, con conceptos de DS más fuertes. De tal manera se puede considerar el DS como un proceso de aprendizaje social (Mulder et al., 2012).

Como la ética y la gobernanza, así como las dimensiones institucional y cultural pueden enmarcarse dentro del componente social descrito anteriormente, es suficiente contar con las categorías medioambiental, ética y económica para trabajar correctamente el DS y como complemento contar con las demás en forma de modalidades de las principales.

Empresarios y ejecutivos están impulsando el cambio hacia la sustentabilidad en sus firmas, implementando por ejemplo: reorientación de estructuras organizativas y de estrategias, nuevas políticas de comunicación y relaciones públicas con agentes sociales implicados, cambios en las prácticas de gestión, introducción del reporte triple (económico, social y medioambiental), y a su vez, se multiplican los consultores especializados en la materia (Álvarez Etxeberria, 2009). La civilización parece estar al borde de una tercera revolución, la revolución de la sustentabilidad, las dos primeras son la industrial y la agrícola (Counce et al. 2003, citado por Glavic, 2006).

La sustentabilidad replantea la pregunta por el Ser y el tiempo desde el cuestionamiento sobre la racionalidad económica, sobre la ontología y la epistemología que fundan una comprensión del mundo que ha derivado en formas de dominación de la naturaleza (Leff, 2000).

En el plano socio-comunitario, los proyectos de educación intercultural deben diseñarse y comprenderse en línea de relación directa con los proyectos de sustentabilidad (Santos Rego, 2009). Es necesario, por ello, impulsar el compromiso social y la participación, establecer compromisos de acción en los centros educativos y de trabajo, en las ciudades, en las propias viviendas para poner en práctica algunas de las medidas y realizar el seguimiento de los resultados obtenidos.

Estas acciones, debidamente evaluadas, se convierten en el mejor procedimiento para una comprensión profunda de los retos y en un impulso para nuevos compromisos (Vilches & Pérez, 2012).

La principal dificultad para la comprensión de la dinámica del proceso de desarrollo de las sociedades contemporáneas reside en la complejidad de la realidad y en el enorme desafío que implica operacionalizar los modelos teóricos de interpretación de la sociedad. Este problema se agranda cuando se trata de incorporar nuevas teorías y nuevos modelos de interpretación e intervención en la realidad, en especial cuando se trabaja con visiones más amplias y complejas, como el desarrollo sostenible, aún en fase de montaje teórico.

De cualquier manera, la realidad es siempre excesivamente compleja y los modelos teóricos, distribuidos en diversas disciplinas, deben necesariamente recorrer las reducciones analíticas capaces de permitir la aprehensión de la totalidad en su dinámica y en su complejidad. La combinación de diversas disciplinas para abordar una realidad abarcadora y múltiple, desde la perspectiva del desarrollo sostenible que debe articular procesos de la economía, de la ecología, de lo social, de la política, de la tecnología, de la cultura, requiere un esfuerzo adicional de reducción y tratamiento analítico de las relaciones e interrelaciones de la totalidad. De esa forma, se decidió elaborar una “teoría del desarrollo sostenible”, con base en un abordaje sistémico, utilizando nociones de la Teoría de Sistemas.

El concepto de desarrollo que procura integrar y asociar las dimensiones económica y social con la dimensión ecológica, surge al final de los años sesenta, como resultado de la conciencia de los crecientes problemas ambientales y de los límites impuestos por la naturaleza a la explotación y crecimiento económico descontrolado. Esta preocupación por el medio ambiente se agrega a un debate mucho más antiguo y siempre actual referente a la forma excluyente y concentrada, social y espacialmente, de la acumulación del capital a nivel mundial (Cardozo y Faletto 1975). Esta percepción indicaba que determinado modelo de acumulación, excluyente, que se utilizaba en los procesos de explotación, establecía una relación centro-periferia, de acuerdo con la cual la riqueza del centro debería corresponder a la pobreza de la periferia, traduciéndose en un nuevo mapa del mundo, en el cual los países centrales, en los cuales evolucionaba la acumulación del capital, traducida en abundancia y opulencia, garantizarían la ejecución de ese modelo por la explotación de los países periféricos, en los cuales predominaban la pobreza y el

subdesarrollo. El crecimiento y expansión de esta periferia, acompañando la trayectoria de los países ricos, constituyó la gran meta del desarrollo de los años cincuenta y sesenta. No obstante, a partir de la comprensión de los problemas ambientales, surge una nueva cuestión política y teórica para los proyectos de desarrollo de las naciones subdesarrolladas: aunque fuera posible en el modelo excluyente, el crecimiento de la periferia en los patrones de los subdesarrollados tendería a agravar el problema ambiental, dado que el límite de la naturaleza imposibilita que todos alcancen los niveles de crecimiento y consumo de los centros más desarrollados del planeta. Esta cuestión ocupó el escenario técnico y político de las últimas décadas, con el tema de los límites del crecimiento y de la distribución espacial de los costos y beneficios de la expansión económica mundial.

Desde ese punto de vista, según Viederman (citado por Carvalho) “una sociedad sostenible es aquella que asegure la salud y la vitalidad de la vida y cultura humanas y del capital natural, para la presente y las futuras generaciones. Tales sociedades deben tener las actividades que sirven para destruir la vida y la cultura humanas y el capital natural, y promocionar aquellas actividades para conservar lo que existe, recuperar lo que fue destruido y prevenir daños futuros” (Carvalho 1993).

Por tal causa, el desarrollo debe ser sostenible y sostenido. Es sostenible en el sentido de la sostenibilidad de las bases en que se origina, cuando viabiliza su reproducción, su persistencia, y sostenido cuando se realiza como continuidad, cuando establece un puente entre el pasado, el presente y el futuro.

1.3 Complejidad, sistemas vivos y sostenibilidad

El ecosistema es, al mismo tiempo, el hábitat que permite la existencia humana la fuerza condicionante de su ser y el objeto de la acción transformadora de la humanidad por medio de la cultura. Con la producción de conocimiento y la construcción de la cultura, el ser humano establece relaciones con la naturaleza, de la cual forma parte

inexorablemente, por la condición de ser vivo, en una interdependencia en la cual todo lo que entra en relación con la vida humana asume el carácter de condición de esta vida. La objetividad del mundo y la condición humana se complementan mutuamente, lo que significa que la vida humana es imposible sin su base material; sería un conjunto sin sentido, un “no mundo”, si no fuese condicionante de la vida humana. De esa manera, como señala Arendt, “la tierra es la propia quintaesencia de la condición humana y su naturaleza puede ser singular en el universo, la única capaz de ofrecer a los seres humanos un hábitat en el cual ellos puedan moverse y respirar sin esfuerzo y sacrificio. El mundo artificial humano separa la existencia del hombre de todo ambiente

meramente animal, pero la vida, en sí, permanece fuera de ese mundo artificial y, por medio de la vida, el ser humano permanece vinculado con todos los demás organismos vivos” (Arendt 1993). La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente Humano, realizada en Estocolmo en 1972, define el medio ambiente como el sistema físico y biológico global en que viven el ser humano y otros organismos, constituyendo así un todo complejo, con diversos componentes que interactúan en su interior. Al analizarse este concepto puede concluirse que, además del ser humano y de otros seres vivos que componen las poblaciones (grupo de individuos de una determinada especie de organismos), el medio ambiente o ecosistema está compuesto por la biosfera, o sea el aire, el suelo y el agua, habitados biológicamente. Aunque se destaca en este concepto que el ser humano es parte integrante del medio ambiente, estableciéndose metodológicamente la separación ser humano y naturaleza, debe considerarse que la naturaleza se presenta al ser humano bajo la forma de recursos, con abundancia o escasez; recursos renovables y no renovables. Al adaptarse a este ambiente, el ser humano, como todos los seres vivos, debe apropiarse de la naturaleza, retirando insumos para satisfacer sus necesidades. Producir significa, de ese modo, “utilizar energía para transformar materias”. En ese proceso, “una parte del resultado de la transformación es calor evaporado; otra parte, residuos; otra los bienes económicos” (Maia Gomes 1979). También la forma mediante la cual el ser humano resuelve sus necesidades, el consumo, es un proceso de transformación de materia y energía en materia (residuos, desechos) y calor. En tal sentido, producir es necesariamente alterar la naturaleza. Sin embargo, por

otra parte, el ser humano está condicionado por esta naturaleza y produce en función de ella; es necesaria, en consecuencia, la adaptación a las formas con que la naturaleza se le presenta. En el proceso de producción, cuando el ser humano establece relaciones necesarias con la naturaleza y con otros seres humanos, construye instrumentos y desarrolla técnicas que, al reducirse el tiempo de trabajo necesario, facilitan esa adaptación y reducen los impactos bajo las formas de abundancia y escasez mediante las cuales la naturaleza se les presenta. La tecnología y la ciencia son, de ese modo, elementos mediadores de esa relación y, por ello, variables fundamentales al realizar análisis. La utilización de métodos y técnicas que preserven y/o conserven mejor los recursos naturales está condicionada, en buena medida, por la cultura desarrollada por cada sociedad o segmento social que integra, en mayor o menor medida, el ser humano a la naturaleza; por los niveles de conocimiento científico y tecnológico que posee una población; por la regulación política establecida por el poder del Estado, al inhibir o incentivar una producción que mantenga o mejore la calidad del medio ambiente.

Debe señalarse, sin embargo, que la naturaleza todavía participa del proceso sistémico ofreciendo, en sus interrelaciones de orden-desorden, un margen relativo de incertidumbre, tanto cuando algunos de los acontecimientos son impredecibles, como cuando ocurren fenómenos tales como terremotos, huracanes, sequías prolongadas, tifones, etc. (que, aunque sean previsibles, muchas veces el ser humano no consigue detener, limitándose en la medida de lo posible a minimizar sus efectos). Eso sucede también cuando la naturaleza responde a la acción humana; por ejemplo, en algunas experiencias agrícolas se utilizan técnicas, se esperan determinados resultados y el resultado es muy diferente; huye al control de sus promotores.

Si se toma a la naturaleza como apoyo analítico para las interrelaciones del ecosistema con el sistema económico (las relaciones de producción), se tiene que producir y retirar de la naturaleza insumos y colocar nuevamente residuos, basura, restos, etc., haciendo que, por el principio de conservación de la materia, estos elementos que tienen una composición diferente de la preexistente, mantengan el equilibrio entre el peso de lo que fue retirado y de lo que fue expulsado. Ese proceso afecta el equilibrio ecológico por la alteración de la

composición química de los elementos y también en razón de la incidencia espacial de los desechos, que normalmente es diversa de los materiales originarios cuando ellos son retirados de un lugar y colocados en otro.

La actividad humana genera, por lo tanto, un impacto ambiental, entendido como “una alteración favorable o desfavorable en el medio ambiente y en algunos de sus componentes, producida por una determinada acción o actividad” (Bolea 1984).

Los impactos ambientales pueden ser clasificados en seis tipos (Magrini 1990):

- a. Directos, cuando consisten en la alteración de determinado aspecto ambiental, por acción directa del ser humano.
- b. Indirectos, cuando suceden a consecuencia de un impacto directo, de corto plazo.
- c. De corto plazo, cuando ocurren inmediatamente después de la realización de la acción, desapareciendo o no en seguida.
- d. De largo plazo, cuando suceden después de cierto tiempo de realización de la acción.
- e. Acumulativos y sinérgicos, que consideran la sumas de efectos sobre el medio ambiente.
- f. Reversibles e irreversibles.

En esta clasificación, el tipo que caracteriza los impactos ambientales en reversibles e irreversibles tal vez sea el que más llame la atención, en la medida en que sus consecuencias afectan de manera directa las posibilidades de adaptabilidad o rescindencia.

Una cosa es que un impacto, consecuencia de acciones humanas sobre la naturaleza, produzca una degradación irreversible. Lo que sucede, por ejemplo, mediante la extracción de recursos naturales no renovables, lo cual impide su capacidad de regeneración a partir de sus propias dinámicas; otra cosa es la actividad humana sobre

recursos naturales renovables cuando, aún degradándolos por el uso, permite su regeneración total o parcial.

Con el fin de evitar el deterioro de la capacidad de asimilación de los ecosistemas y de la capacidad de regeneración de los recursos naturales con tasas compatibles con el desgaste impuesto por las actividades económicas, es necesario realizar una profunda revisión del tipo de relación que se mantiene con la naturaleza. A partir de esa observación, Maia Gomes concluye que el nivel de productos que permite una calidad constante del ambiente puede comportarse de tres formas distintas (Maia Gomes 1979):

- a. Se reduce cuando las técnicas de producción se hacen más productoras de desechos o cuando disminuye el reaprovechamiento de esos desechos.
- b. Se eleva cuando crece la tasa de auto-regeneración del ambiente, a su vez dependiente del tipo de desechos recibidos.
- c. Aumenta con el crecimiento del nivel de deterioro del ambiente que la comunidad juzga más aceptable.

1.4 Metas esenciales del desarrollo sostenible

En la actualidad, casi todos los documentos, estudios y planes que presumen de recoger ideas o acciones en favor de un desarrollo sostenible, especialmente aquellos auspiciados por organismos e instituciones oficiales, incorporan en sus textos la archiconocida definición que ofrece el Informe Brundtland (IB) sobre tal término, que podríamos traducir al castellano como aquel «desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades» (CMMAD, 1988, 67). Este hecho constituye una muestra puntual de cómo esta especie de imperativo, redactado a modo de artículo

constitucional, y de las propuestas de fondo del Informe, han posibilitado generar una unanimidad en torno a la necesidad de un desarrollo sostenible.

Dos serían los grandes argumentos extraíbles del Informe:

- Que el desarrollo ha de ser concebido como un proyecto a largo plazo ya que debe atender las necesidades de las generaciones venideras, es decir, adoptar un compromiso intergeneracional, diacrónico; pero a la vez, debe solventar las necesidades de las generaciones presentes, dando prioridad a las más básicas de los países pobres, es decir, un compromiso intrageneracional, sincrónico.
- Que para que perdure el desarrollo es necesario ajustarlo a las posibilidades y limitaciones que presentan los recursos naturales y servicios ambientales (es decir, hacer sostenible el desarrollo en relación a aquello de lo que depende), en lo cual influirá la capacidad tecnológica y organizativa de la sociedad. En otras palabras, el desarrollo vendrá condicionado por unos límites naturales, pero también por limitaciones de tipo tecnológico y social para vencer éstos.

La Ciencia Económica, pues, se ve en la obligación de ofrecer nuevas soluciones y orientaciones. Sin embargo, las soluciones no van al unísono, pudiéndose distinguir dos grandes posturas que se enfrentan en sus fundamentos teóricos, conceptuales, metodológicos y aplicados:

- Una primera postura vendría caracterizada por la defensa de un cierto inmovilismo de las estructuras socioeconómicas actuales ante el nuevo modelo, que es considerado como una etapa posterior en la evolución natural del desarrollo, según la teoría neoclásica. Sólo tienen cabida pequeñas reformas: por ejemplo, corregir ciertas lagunas del mercado a través de la internalización de los costes ecológicos y sociales que éste genera, manteniendo, eso sí, el crecimiento económico indefinido como axioma. Se asocia a los partidarios de la Economía Ambiental.

- Otros pretenden ir más allá, y proponen una reestructuración total del sistema económico a imitación de los sistemas naturales (biomímesis), la defensa de un estado estacionario y el planteamiento y la mejora, en términos cualitativos, del bienestar humano. Tesis propias de los partidarios de la Economía Ecológica.

Ambos planteamientos teóricos topan con importantes obstáculos en su posible aplicabilidad: entre ellos y para el primer caso, la dificultad de valorar a través de unidades monetarias el daño ecológico y social; en el segundo caso, la inadaptación de las estructuras socio-económicas actuales a un cambio tan drástico. No obstante, este enfrentamiento no se produce entre fuerzas equivalentes, siendo el planteamiento conservador de la Economía Ambiental el que se impone, en el ámbito institucional, político y empresarial, al enfoque eco-sistémico y la actitud revolucionaria de la Economía Ecológica. La gestión del medio ambiente y del bienestar humano, a día de hoy, continua estando aquejada de un enfoque neoliberal, pragmático y mecanicista, donde las situaciones conflictivas y problemáticas se resuelven, en la mayoría de los casos, mediante instrumentos financieros (vía impuestos, como herramienta sancionadora; vía subvenciones, como herramienta compensadora) y/o invirtiendo en tecnologías de final de tubería. Las empresas aceptan y afrontan complacientes estas medidas en tanto que no suponen grandes obstáculos en su afán productivista e incluso permiten crear un mercado paralelo a partir de la degradación ambiental.

Unidad II

La RSE una nueva forma de gestión

2.1 Contexto, antecedentes, significado y justificación de la RSE

Dentro del actual contexto globalizado mundial, las empresas han cobrado especial relevancia, no sólo económica sino también política, y se han convertido en actores protagónicos en el escenario mundial. Los grandes niveles de ventas y utilidades, la explotación y uso de los recursos naturales, el rol que juegan en sectores estratégicos de la economía y la consiguiente influencia en el ámbito público; entre otros factores, denotan la relevancia que han adquirido.

Sin embargo, este escenario no ha estado exento de controversias, reclamos y exigencias, ya que la generación de riqueza que se logra a través de las organizaciones ha significado, por lo general, una mayor polarización y un aumento de la pobreza y de las desigualdades sociales. Por otro lado, también la conducta ética de las empresas ha sido puesta en entredicho por los escándalos contables, la corrupción y el cohecho, por la violación a los derechos humanos y laborales, así como por el deterioro y la contaminación ambiental (Greaves, 2006).

De aquí que diversos organismos internacionales hayan propuesto lineamientos, normas o directrices para regular el comportamiento corporativo, abogando por una “globalización con rostro humano” y que, de manera paralela, diversos actores sociales (sindicatos, grupos de consumidores u organizaciones de la sociedad civil de países desarrollados principalmente), hayan ideado también mecanismos y estrategias de presión para incidir en el terreno de las decisiones corporativas (Font, Gudiño, Medina, & Sánchez, 2008).

En este sentido, la nueva actitud de los grupos de interés frente a la actividad empresarial se tradujo en mayores exigencias para que las empresas operen según códigos y estándares de comportamiento responsable. Las empresas, por su parte, comenzaron a percatarse de que la puesta en marcha de políticas y acciones de Responsabilidad Social Corporativa constituye una fuente de beneficios en términos de reputación e imagen corporativa, la cual, a su vez reduce el riesgo de la oposición pública contra sus operaciones, ayuda a conservar a los clientes y facilita el ingreso a nuevos mercados con mayores exigencias (Correa , Flynn, & Amit, 2004).

Ante este escenario se hace importante ubicarse en el contexto de la evolución del concepto de Responsabilidad Social Empresarial para entender e identificar qué sucede frente al tema en la actualidad.

Es probablemente Aristóteles el autor que con mayor intensidad ha destacado en las páginas de La Política que la participación en los asuntos públicos constituye un deber ético ineludible y un elemento integrante de nuestro desarrollo personal. En otras palabras, la contribución al bien común y a la construcción de una sociedad más cohesionada, justa y solidaria es una obligación moral para todas las personas y no sólo para aquellas que se ocupan profesionalmente de la gestión de los asuntos públicos.

En la medida en que las personas morales se encuentran integradas en último término por personas físicas o son dirigidas por éstas, parece razonable que también a las personas morales se extiendan las obligaciones éticas formuladas para los individuos. De hecho, la creciente importancia social adquirida por las organizaciones y corporaciones a lo largo del siglo XX ha provocado que se les atribuyan buena parte de los derechos y deberes de las personas físicas (Jauregui, Martínez-Pujalte, & Torme, 2011).

Para cumplir con este deber ético, en las empresas debe quedar bien claro que la ética es un tipo de saber de los que pretenden orientar la acción humana en el sentido racional, es decir, su objetivo es que obremos racionalmente.

La ética es esencialmente un saber para actuar de modo racional en el conjunto de la vida (Cortina, 1994).

A lo largo de la historia y aún hoy, se han presentado diversas fuentes de los criterios morales: la tradición, la religión y la ideología; entre otros. Desde un punto de vista particular, se puede afirmar que la fuente de los criterios morales habrá de buscarse en el uso propio de la razón, es decir, pensando en serio y con rigor es posible descubrir criterios y argumentos para orientar nuestras decisiones.

También de dicha afirmación se pueden extraer dos conclusiones muy importantes: La primera es que en cuestiones éticas, “no todo vale” ni “cualquier argumento, idea u opinión serán correctos”, habrán de pasar el examen de la razón. Como afirma Scanlon (2003), citado por Raufflet, Lozano, Barrera, & García (2012), cuando se piensa que algo “debe ser así”, estamos asegurando que tenemos buenas razones y buenos argumentos para sostener que eso debe ser así.

La segunda conclusión es que la ética es subjetiva. Rigurosamente hablando, no es cierto. La ética es intersubjetiva, es decir, no es algo objetivo y externo a la persona. Tampoco es cierto que “cada uno posea su ética”; más bien, nuestros criterios y valores morales son aprendidos en cierto contexto y en relación con otras personas, por lo que aun cuando llegamos a interiorizarlos y asumirlos como propios, no son “solo nuestros”. Lo anterior significa que la ética no es “relativa”, que no da igual cualquier cosa, sino que hay criterios racionales y argumentos apropiados para dilucidar qué modo de actuación es más correcto que otro y los principios universales son los que nos ayudan a responder a dicha cuestión.

Es sencillamente, una aportación de análisis y conocimiento de la empresa, que parte primeramente de la reflexión interna para aflorar, definir y reafirmar los objetivos y principios con los que se lleva adelante el proyecto empresarial, tomando en cuenta las vías de interacción con sus trabajadores; la evolución de las relaciones con los proveedores; la comunicación y búsqueda de satisfacción de los clientes; la retribución a los accionistas, si los tuviere; así como, por último, las múltiples relaciones con la comunidad en que ejerce la actividad y el entorno en el que opera.

Así pues de manera sencilla, la RSE es definida en estas páginas como el compromiso de una organización de hacerse cargo de los impactos que sus decisiones y actividades tienen en la sociedad y el medio ambiente. ¿Cómo deben las empresas asumir esa responsabilidad? La respuesta es también simple: por medio de comportamientos transparentes y éticos consistentes en un desarrollo sostenible, que consideren las expectativas de las partes interesadas, que cumplan con la legislación del país y la internacional, además de que estén integrados al quehacer cotidiano de la organización.

Esta definición cruza prácticamente todas las intervenciones de los coautores que participan en este proyecto, el cual responde a la necesidad de encontrar referentes comunes para conceptos y prácticas de la RSE, permitiendo que, cuando se aborde el tema, todos los involucrados entiendan lo mismo. Pero más importante aún es impulsar un cambio en la forma como gestionan las organizaciones actuales sus actividades.

En cualquier negocio se requiere, además de la inversión, los activos financieros y los recursos humanos de un capital social, constituido por la reputación y la confianza. El enfoque estratégico de la RSE es una plataforma para gestionar el desempeño empresarial aunque existan voces que afirman que sus prácticas sólo generan un costo alto sin efectos medibles.

Pues bien, la RSE puede considerarse como la aplicación a las empresas del imperativo ético de contribuir al deber común formulado por Aristóteles. Constituye uno de los caminos que se presentan a las empresas y a las personas que las integran, para el cumplimiento de esa obligación. Utilizando conceptos más modernos de filosofía política se podría hablar de ciudadanía corporativa (Areque & Montero, 2006).

2.2 Marco conceptual e institucional de la RSE

Se ha consolidado en cuatro áreas el alcance de la RSE, no se considera un grupo adicional el campo legal, por cuanto está contenido en los diferentes puntos de los tres rubros

señalados, así como ejemplo, el cumplimiento a las leyes que velan por el medio ambiente, la relación laboral, derechos del consumidor, tributación, entre otras:

Área Laboral: Esta área se enmarca en el cumplimiento de normas de acuerdo a códigos y principios conductuales de la Organización Internacional del Trabajo.

- a. Condiciones de empleo
- b. Relaciones laborales
- c. Seguridad y salud ocupacional
- d. Códigos internos
- e. Leyes Laborales

Área económica: Se relaciona en esta área todas las inversiones de la empresa, donde priven principios y criterios éticos, el pago de impuestos, manejo transparente de cuentas hacia los accionistas y grupos interesados como el fisco.

- a. Clientes y mercados
- b. Proveedores
- c. Beneficios económicos a empleados
- d. Requerimientos de los accionistas
- e. Fisco, Hacienda, pago de impuestos.
- f. Inversiones

Área Social: Se incluye en esta área, acciones encaminadas al equilibrio que debe haber entre el beneficio de las empresas – económico, de ubicación, de explotación etc.-, en la comunidad donde opera, y la retribución respetuosa que ésta haga a tal comunidad, esto es en su medio ambiente, espacios sociales, valores de la comunidad, procurando impacto positivo en sus alrededores y sus pobladores.

- a. Seguridad y salud ocupacional
- b. Gestión de recursos humanos
- c. Relación con la comunidad
- d. Responsabilidad por el producto

Área Ambiental: Esta área se incluye, por la importancia del trabajo ético y respetuoso de las empresas hacia el medio ambiente.

- a. Uso de materiales y recursos
- b. Prevención de la contaminación
- c. Diseño de productos servicios

(Maia Gomes 1979):

2.3 ¿Ante quienes es responsable la empresa?

Los stakeholders

Existe una variedad muy grande de definiciones en la literatura sobre management acerca de quiénes son stakeholders. ¿Conocemos realmente sus orígenes? Se trata de un concepto utilizado desde hace mucho tiempo en la ley. Un stakeholder era, originalmente,

una persona que de manera temporal tenía el control de dinero y bienes, mientras se determinaba quién era su propietario legal. Un ejemplo de ello surge cuando dos personas apuestan cierta cantidad de dinero a la ocurrencia de cierto evento futuro y piden a un tercero que tenga el dinero apostado. Es este tercero el que, dadas las condiciones de la apuesta, decide quién es el propietario del dinero. Otra aplicación se encuentra en las ciencias políticas. De acuerdo con Bleger (2004), en el contexto de las elecciones gubernamentales, el término stakeholders se refiere a cuerpos (organizados o no) de personas con un interés mutuo en relación con una organización de negocios. Este interés puede estar legalmente constituido, como en el caso de accionistas y empleados, o puede derivarse de intereses identificados o derechos en relación con una organización o negocios.

Otros autores, como Andriof, Husted, Waaddock y Sutherland (2002), consideran que el pensamiento sobre stakeholders se encuentra en la economía, específicamente con Adam Smith, quien aplicó sus conocimientos a la explicación de un sistema unificado de vida económica. Smith argumentó que las sociedades funcionan mejor cuando los intereses económicos y éticos se unen. Dicho argumento, presentado en *La teoría de los sentimientos morales* (1759) y en *La riqueza de las naciones* (1776), dio origen a la noción de que los intereses éticos y económicos compartían una relación simbiótica. Dos siglos después Friedman (1962) diría que la búsqueda de la maximización de la riqueza de los accionistas es la razón de ser de las actividades empresariales (Freeman, Wicks y Parmar, 2004). Para Friedman (1962), la teoría de los stakeholders nace como una alternativa a la “visión tradicional” que ve en la búsqueda de la maximización de la riqueza de los accionistas la razón de ser de las actividades empresariales

Al explorar los orígenes del concepto en mención el campo gerencial, se encuentra que aquél fue utilizado por primera vez en 1962 cuando el Stanford Research Institute utilizó el término stakeholder en un memorando interno, al referirse a aquellos grupos sin cuyo apoyo la organización podría dejar de existir (Freeman y Reed, 1983; Freeman, 1984).

A pesar de presentarse diferentes aproximaciones sobre el concepto de stakeholders, fue Freeman (1984) quien lo popularizó al establecer una relación entre teoría de stakeholders y planeación estratégica, señalando que la misión o propósito de la empresa debe considerar a los stakeholders. Para el autor en mención, stakeholder es cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la empresa. Fue a partir de su propuesta que el pensamiento de los stakeholders comenzó a tener una dimensión en la vida organizacional; cierto número de escuelas se han fundamentado en su trabajo (Carroll, 1989; Brenner y Cochran, 1991; Hill y Jones, 1992).

Para Donaldson y Preston (1995), contemplar el comportamiento de las organizaciones bajo la perspectiva de la teoría de los stakeholders ha ayudado apreciablemente a entender, por ejemplo, el papel que deberían desempeñar los negocios en la sociedad. Para Jones (1995), por su parte, ha enriquecido la teoría organizacional, al introducir una visión menos restrictiva que la defendida por las tradicionales teorías económicas.

Finalmente, la base fundamental de la teoría de los stakeholders se encuentra en la dimensión normativa, fundamentada ésta en la aceptación de las siguientes ideas: “stakeholders son personas o grupos con intereses legítimos en los aspectos procedimentales y/o sustantivos de la corporación” y “los intereses de todos los stakeholders son de valor intrínseco” (Donaldson y Preston, 1995: 67).

La combinación de los tres atributos en diferentes composiciones genera diferentes tipos de stakeholders, que se pueden agrupar en tres grupos: latentes, expectantes y definitivos. En los latentes se encuentran: a) los adormecidos: stakeholders con poder, pero sin legitimidad ni urgencia; b) exigentes: con urgencia, pero sin poder ni legitimidad, de manera que estos stakeholders sólo son incómodos; c) discrecionales: poseen legitimidad, pero sin urgencia ni poder. En la segunda categoría se encuentran los stakeholders expectantes, los cuales se dividen en a) peligrosos: aquéllos con urgencia y poder, pero sin legitimidad; b) dominantes: con poder y legitimidad, que forman parte de la coalición dominante (Cyert y March, 1963) en la organización.

Hoy la corriente de pensamiento mayoritaria afirma que la responsabilidad de las compañías debe ir más allá de su rol puramente económico, para asumir un rol social (Wood, 1991; Carroll, 1999; Waddock, 2004). Esta corriente sostiene que dicho rol social (vinculado a sus responsabilidades sociales), en relación con los stakeholders, es perfectamente exigible a las compañías, además de sus funciones puramente económico-financieras. El ejercicio de estos dos roles y la forma en que son comunicados a los públicos, clientes y ciudadanos, puede llegar a influir de modo desequilibrante en las asociaciones mentales que sobre las compañías tengan los públicos (Brown, 1998; Brown & Dacin, 1997; Capriotti, 2003; Garrido, 2008).

Finalmente, es cuestión de análisis definir la relación que existe entre la organización y los stakeholders y determinar si algún grupo tiene precedencia respecto de los otros. En definitiva, de acuerdo con este enfoque, el significado que debería prevalecer de la RSE es aquél que se refiere al “logro del éxito comercial de modo que se respeten los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente”.

2.4 La responsabilidad de la alta dirección en la estrategia de RSE

Las empresas modernas no sólo tratan de vender los mejores productos al mejor precio, sino que también transmiten a la sociedad una determinada manera de hacer una cultura y unos valores éticos. En la gestión moderna de la empresa “no todo vale”, la coherencia y las convicciones tienen que formar parte del producto que se ofrece (Jáuregui, Martínez-Pujalte, & Torme, 2011).

El liderazgo de la alta dirección es uno de los componentes importantes del clima y cultura éticos pues el comportamiento de la gerencia es el factor más relevante para el desarrollo y mantenimiento de los dos; de ahí la importancia de que los gerentes comprendan y adopten el compromiso del comportamiento ético (Marín, 2006).

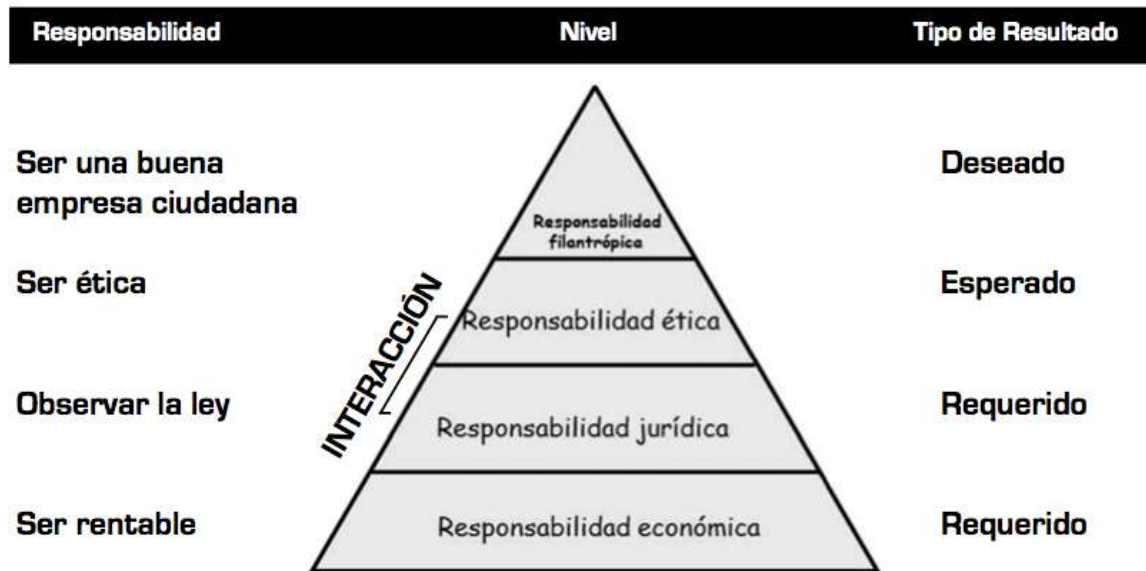


Figura 2
 Modelo de Responsabilidad Social Corporativa de Carroll.
 Fuente: (Carroll, 1991) "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders".

La salida final, en cualquiera de las empresas de gestión moderna, además de satisfacer las necesidades del consumidor tiene que haberse producido con criterios de protección medio ambiental, con trato justo a los trabajadores, sin incurrir en prácticas carentes de ética. Esos valores tienen que ir unidos también con una integración de la empresa con su entorno.

La empresa del siglo XXI debe tener una misión impregnada en valores que debe formar parte de la cultura de la organización y debe ser asumida por los directivos. No tendría ningún sentido que para ganar un concurso público se recurriera a prácticas corruptas o para ser proveedor de una empresa se intentara “comprar” al jefe de compras. Las buenas prácticas son parte del producto que se ofrece y los trabajadores deben asumirla; por ello, la organización debe asegurar que los directivos las incorporen a su vida diaria (Jáuregui, Martínez-Pujalte, & Torme, 2011).

Es muy importante que los gerentes tengan muy claro qué es la RSE, cuál es la fundamentación y la evolución del concepto y, sobre todo, que es a través de las decisiones de la gerencia como se logra cumplir los objetivos sociales de la organización.

2.5 Medición y gestión de la RSE: principales herramientas

A partir de la globalización, el sector productivo fue aumentando su visibilidad y su centralidad en las sociedades contemporáneas. En concordancia, las empresas comenzaron a recibir nuevas demandas de los ciudadanos que reclaman un mayor compromiso social. De ahí que, en la actualidad, es posible visualizar una creciente tendencia a que las compañías trasciendan su rol tradicional, plasmado en el contrato económico, para así incluir un compromiso con un contrato de carácter social. Siguiendo este razonamiento, no sólo se fue consolidando un nuevo modelo organizacional que pretende considerar los impactos ocasionados por sus cadenas de valor, sino que también, en forma paulatina, las corporaciones fueron asumiendo ciertas responsabilidades en áreas y tareas que previamente eran exclusivas del Estado. De tal modo, tanto la búsqueda de una articulación entre los diferentes grupos de interés, stakeholder, como el ideal de convertirse en buenos “ciudadanos corporativos” fueron convirtiéndose en preocupaciones significativas de dicho sector. Asimismo, este tipo de gestión fue impulsado por fenómenos tales como: los alarmantes índices de contaminación ambiental, la presión ejercida por la sociedad civil y los organismos internacionales y la exposición de ciertas irregularidades a través de los medios de comunicación. Así pues, paralelamente al surgimiento de los nuevos roles de la empresa y de la sociedad civil, la importancia otorgada a la información en general ha ido aumentando y, más particularmente, aquella referida al comportamiento corporativo.

Al analizar la idea de la responsabilidad social empresarial (RSE), es oportuno diferenciar las dos acepciones que presenta el término responsabilidad en inglés y en este sentido, es preciso distinguir la “responsibility” de la “accountability”. Mientras que la primera alude a aquello por lo cual uno se siente internamente responsable e indica los ideales que se

persiguen; la segunda se refiere a una rendición de cuentas de acuerdo a un compromiso asumido y por ende, apunta a una responsabilidad exigible. En otras palabras, la dimensión de la “responsibility” está directamente vinculada con la cultura organizacional de la empresa y la “accountability” representa una obligación, cuyo incumplimiento configura un delito susceptible de ser sancionado.

Entonces, si la RSE señalara únicamente a las responsabilidades exigibles, sólo bastaría con ajustarse a las normas dictadas por el marco legal imperante y a los parámetros señalados por los organismos públicos encargados de la fiscalización y de la observancia de dichas reglas. Sin embargo, como este concepto también supone la responsabilidad no exigible, es preciso para su divulgación y fortalecimiento, la creación de otros dispositivos que promuevan la puesta en la práctica de políticas, programas y acciones que beneficien a la empresa y a la comunidad en su conjunto.

Asimismo, en tanto que la atención a determinadas problemáticas sociales puede llegar a exigir ciertos esfuerzos adicionales por parte de las empresas, es comprensible que en los últimos años hayan ido surgiendo variadas organizaciones que intentan generar y fomentar una cultura de la RSE mediante el desarrollo de lineamientos, indicadores y certificaciones. Estas herramientas permiten evaluar y medir los niveles de RSE alcanzados por las corporaciones y a la vez, colaborar con la difusión de la temática. Además, muestran el análisis creciente en torno a la nueva centralidad de las empresas como así también una preocupación significativa sobre la cuestión social, el desarrollo sustentable y la importancia del cuidado del medio ambiente.

Principios generales sobre la RSE y procedimientos para su implementación, evaluación y difusión

En este contexto surgen dos tipos de instituciones que pueden ser claramente diferenciadas: las que dictan principios básicos y generales sobre el correcto desempeño de las compañías en su vinculación con la sociedad y el medio ambiente, y las que parten

de esos principios o los complementan con otros y crean los procedimientos para la implementación y el reporte de resultados de las empresas (Sturzenegger 2003).

Dentro del primer grupo se perfilan como referentes OCDE y Global Compact. Por un lado, OCDE pretende ser una organización donde los gobiernos trabajen en forma conjunta para dar respuesta a los desafíos económicos, sociales y medio ambientales, producto de la interdependencia y la globalización. En este sentido, su misión es la de promover políticas de acuerdo con los siguientes objetivos: alcanzar no sólo el crecimiento económico sostenible, sino también la estabilidad financiera y las posibilidades de progreso en el nivel de vida de los países miembros para contribuir al desarrollo económico mundial; apoyar la construcción de una economía mundial sana tanto en los países miembros como en aquellos que están en vías de desarrollo y favorecer al crecimiento del comercio mundial para que sea multilateral y no tenga un carácter discriminatorio.

En 1976 se dictaron las primeras líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales. Las cuales son recomendaciones dirigidas por los gobiernos las que indican principios y normas voluntarias para que la conducta empresarial sea coherente con el marco legal aplicable. Teniendo como finalidad la de asegurar que las compañías se desempeñen en armonía con las políticas públicas. Asimismo, sus lineamientos pretenden mejorar la relación entre los negocios y la sociedad a través de la definición de los derechos y responsabilidades que le corresponden a las empresas multinacionales.

Por el otro, las Naciones Unidas lanzaron en 1999 su propia iniciativa “Global Compact”, cuya finalidad es impulsar la RSE a partir del desarrollo de valores universales. Además, pretende evitar las consecuencias negativas de la globalización y busca difundir sus beneficios a través de principios que corresponden a cuatro dimensiones de la RSE: los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la anticorrupción.

Más específicamente cuenta con diez principios, los cuales son: apoyar y respetar, en su ámbito de influencia, la protección de los derechos humanos internacionales; evitar que

sus propias compañías no sean cómplices de abusos de derechos humanos; defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; eliminar toda forma de trabajo forzado y obligatorio; abolir el trabajo infantil; eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación; apoyar un enfoque de precaución frente a los retos medioambientales; acometer iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad medioambiental; alentar al desarrollo y a la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente y actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

A partir de las directrices de la OCDE y más especialmente, los principios del Global Compact, numerosas organizaciones vislumbraron la necesidad de crear instrumentos tanto integrales como parciales que guíen las buenas prácticas y que faciliten la difusión de estas. En este contexto van surgiendo múltiples propuestas que emanan del segundo tipo de instituciones. Dentro de esta categoría es posible identificar, entre otras, a la Iniciativa del Reporte Global (Global Reporting Initiative – GRI), AccountAbility 1000 (AA1000), Social Accountability 8000 (SA 8000), CSR Europe Matriz, SIGMA: Directrices Integradas para la Gestión de la Sustentabilidad, las normas ISO 14000 y 14063, y los indicadores del Instituto Ethos.

La Iniciativa del Reporte Global (GRI) fue creada en 1997 por Coalition Environmentally Responsible Economies y el programa de medio ambiente de Naciones Unidas. En el año 2000, el GRI logra crear su primer instrumento para facilitar y habitar a las organizaciones a realizar reportes de sustentabilidad que puedan ser comparables y cuantificables como los reportes financieros. Este informe fue actualizado en el año 2002, sobre la base de la experiencia de las corporaciones que lo han utilizado y de la opinión de los distintos stakeholders involucrados. En marzo del 2006, finalizó su segunda revisión que dio lugar a la tercera versión del instrumento de evaluación, medición y reporte, denominado G3, a través del cual el GRI procuró simplificarlo para facilitar su uso.

En América Latina el Instituto Ethos de Brasil representa una de las instituciones más destacadas en la temática y con mayor influencia en la región. Su creación, en 1998, se

produjo por la iniciativa de un grupo de empresas de diferentes tamaños con el objeto de movilizar, sensibilizar y ayudar a las corporaciones a dirigir sus negocios en forma socialmente responsable para así colaborar con la formación de una sociedad sustentable y más justa. El instituto desarrolla su actuación a través de cinco líneas básicas con las que se propone: ampliar el movimiento de RSE, profundizar en las prácticas a través de indicadores que incluyan versiones para pequeñas y medianas empresas, además de distintos sectores de la economía, influir en el mercado y sobre los principales actores para crear un ambiente favorable a la RSE, articular la RSE con políticas públicas, producir información y evaluar anualmente el estado de la RSE en Brasil. Entre sus diversas propuestas, resaltan los indicadores creados para el diagnóstico y la evaluación del comportamiento corporativo, los que se basan en ocho dimensiones:

- Valores.
- Transparencia y gobernabilidad corporativa.
- Público interno.
- Medio ambiente.
- Proveedores.
- Consumidores y clientes.
- Comunidad.
- Gobierno y sociedad.

Unidad III

Dimensiones y grupos de interés

3.1 Modelo socioeconómico y papel de la empresa ante la RSE

El planeamiento, como ya se ha analizado, es un proceso de decisión que expresa los intereses y la estructura de poder prevaleciente en la sociedad; por lo tanto, representa elecciones hechas en cada momento presente sobre procesos que impactan el futuro. Dado que el desarrollo sostenible debe atender los intereses de las generaciones futuras, con una visión de largo plazo, estas generaciones deben estar, de alguna manera, presentes en el juego político actual e influir en las elecciones. Esta es, evidentemente, una abstracción, dado que las llamadas generaciones futuras no existen en el presente o no tienen ningún involucramiento en el proceso decisorio, a no ser por medio de los padres que participan en las negociaciones y elecciones políticas. Ocurre que, en cada sociedad, de acuerdo con sus patrones culturales y su percepción con respecto al presente y al futuro, el peso de los intereses de corto y largo plazo puede estar muy diversificado.

En lo fundamental, permanece la pregunta lanzada por Ingelstam: ¿quién es responsable por lo que dejamos a las generaciones futuras? En otras palabras, cómo pueden ser considerados los intereses de estas generaciones sin que tengan relevancia como actores en el proceso decisorio actual. De acuerdo con Ingelstam, “en nuestra sociedad democrática les incumbe a las entidades políticas representar los intereses de las generaciones venideras” (Ingelstam 1987:73).

Conceptualmente, sin embargo, hay una recurrencia en este abordaje, dado que las “entidades políticas” no son más que un reflejo de la estructura de poder y de la hegemonía prevaleciente en la sociedad; no tienen voluntad propia y participación en el juego de los actores. La “representación de los intereses” de las generaciones futuras en

el proceso decisorio ocurre por vía de la solidaridad y de la ética, internalizando en las decisiones las preocupaciones de los actores sociales con sus hijos y nietos, e incorporando una visión histórica de la vida social. Por medio de la sociedad, de la ética y de la visión histórica, las generaciones futuras se hacen presentes en las elecciones de los actores sociales y contemporáneos.

Sin embargo, el peso de los intereses inmediatos y la falta de información y conocimiento con respecto a sus impactos sobre las perspectivas del futuro tienden a moderar o ignorar los “intereses” abstractos e imprecisiones de las generaciones futuras. La comprensión anticipada de la articulación de las dimensiones y de los desdoblamientos, en el tiempo y en el espacio, de las diversas decisiones en los diferentes segmentos, constituye una importante información sobre el futuro.

Esta información se incorpora al planeamiento como una referencia para que los actores definan las transformaciones del bienestar inmediato o condiciones más o menos favorables para las generaciones futuras. Con la conciencia de estos desdoblamientos y de lo que cada decisión del presente podrá dejar como herencia para las generaciones futuras, los actores sociales pueden hacer las selecciones y confrontar los intereses.

El desarrollo, como meta a ser alcanzada por las sociedades, ha sido ampliamente identificado como el proceso por el cual los seres humanos consiguen aumentar la capacidad de producir riquezas. Debido a esta concepción, ellos se transforman en medio y fines de sí mismos, y hacen posible la clasificación de las sociedades en naciones desarrolladas, o sea aquellas que ya lograron índices más altos de producción y consumo, y subdesarrolladas, o sea aquellas que todavía no lograron índices satisfactorios de producción y de consumo para todos sus habitantes.

Cuando la discusión se encamina de acuerdo con las formas que el crecimiento económico establece sobre el uso de los recursos naturales, identificándolo como necesariamente contradictorio con la preservación ambiental, se pasa a cuestionar la posibilidad de construcción de nuevos modelos, capaces de compatibilizar el crecimiento

de la producción con la preservación/conservación del medio ambiente. Asimismo, se logra que sus resultados sean compartidos por todos en un proceso equitativo.

No sólo la eficiencia económica puede ser encarada como el medio y el fin del desarrollo, sino sobre todo la eficacia de la producción, encaminada a resolver las necesidades humanas, de forma globalizante y capaz de reproducirse en el futuro, con el fin de que las generaciones siguientes puedan también usufructuar esa prerrogativa. Esto se vuelve el centro de la cuestión en este tema.

De una manera muy genérica, puede conceptualizarse la economía como una actividad humana que procura satisfacer necesidades; remite a relaciones que los seres humanos establecen entre sí y con la naturaleza, para la producción de utilidades. En tal sentido, pueden señalarse como elementos fundamentales del proceso sistémico de las actividades de producción:

- a. El trabajo, que representa la acción que incorpora fuerza (energía) a la naturaleza para producir cosas útiles.

- b. Los instrumentos de producción, concebidos, a efecto analítico, como el fruto del trabajo humano y mediador entre las personas que trabajan y la naturaleza, en cuanto tecnología, y el resultado de relaciones sociales de producción, en cuanto capital.

- c. La naturaleza, a la cual el ser humano incorpora trabajo, para obtención de sus utilidades, conocida por algunos estudiosos como capital natural.

El factor de producción trabajo (muchas veces identificado bajo el concepto de recursos humanos), como factor fundamental de la economía, es un elemento altamente condicionante del nivel de desarrollo y remite, en esta concepción, a la interrelación básica del sistema económico con el sistema social.

Es en el sistema social donde se desarrollarán las aptitudes para el trabajo, tales como educación y capacitación. Los niveles de calificación de los recursos humanos constituyen

un elemento clave para indicar el nivel de desarrollo, en la medida en que van a influir en la capacidad de productividad del trabajo. Esta variable es dependiente, por lo tanto, de indicadores sociales tales como salud, educación y capacitación, así como también del desarrollo científico y tecnológico de cada sociedad en determinado momento histórico.

De la interrelación entre el sistema económico y el sistema social resultan aún, para el primero, dos variables importantes en cuanto a la medición de los niveles de desarrollo: la población económicamente activa, o sea el contingente poblacional disponible en el mercado de trabajo, y el número de empleos ofrecidos por la economía, ambos indicadores importantes del acceso que la población tendrá al consumo.

Lo que habitualmente sucede con las sociedades llamadas subdesarrolladas es que no hay en ellas un equilibrio o adecuación entre una y otra variable. Hay más individuos en el mercado del trabajo que empleos disponibles, lo cual acarrea, entre otros desequilibrios, el desempleo o subempleo, la baja remuneración debido a la presión de lo que Marx llamó el ejército industrial de reserva, etc. A ello se suma la mala calificación de la mano de obra, debido a problemas tales como la deficiente capacitación, inclusive la entrada precoz de niños en el mercado y, como contrapartida, la escasez de mano de obra especializada, lo cual dificulta la utilización de tecnologías más avanzadas. Esta influencia se vuelve hacia el Sistema Social, por la caracterización de la reproducción de la pobreza y, por lo tanto, por la debilitación de la calidad de vida.

La disponibilidad de capital real es otra variable básica para el establecimiento de niveles diferenciados de desarrollo. “El capital real, acumulador y transmisor de tecnologías, constituye un ahorro de producción, una producción que se retira para producir de nuevo. Es la forma general de captar y asimilar en sí el proceso científico, técnico y tecnológico y diseminarlo para que esté al alcance de los posibles usuarios, así como transmitirlo hacia el futuro” (González 1994).

Este capital real puede ser comprendido bajo la forma genérica de excedente económico. Al partir del principio de que, en sus relaciones de producción, los seres humanos no

producen sino lo indispensable para su sobrevivencia, hay siempre una generación de excedente, en cuanto diferencia entre lo que es producido y lo que es consumido. Este excedente está distribuido de acuerdo con reglas socialmente institucionalizadas; una parte de él es apropiada por el Estado tributado.

La capacidad de producir excedente es la premisa fundamental que viabilizará la mayor o menor reinversión en la economía; es, por lo tanto, condición del desarrollo por dos motivos:

a. La forma en que representa la capacidad de volverse una inversión productiva, dando continuidad a la cadena productiva, haciendo producir más (generando nuevos excedentes); crea nuevos empleos, posibilitando la elevación del ingreso.

b. La forma es que es distribuido socialmente, en cuanto apropiación privada o pública, puede significar inversión social (educación, salud, previsión, etc.); inversión ambiental (minimización de los impactos y recuperación de ambientes degradados), e inversión en ciencia y tecnología, que puede producir alteraciones en el patrón tecnológico y, en consecuencia, en el estilo de desarrollo.

Es en ese sentido que la interrelación entre el sistema político y el económico adquiere mayor importancia. Sin crecimiento económico hay pocas posibilidades de ampliación de la recaudación por parte del Estado y, en consecuencia, hay una reducción de la capacidad de éste en ampliar su área de inversiones, inclusive las sociales, y ese proceso continúa en una relación circular de causa y efecto.

3.2 Creación de valor de la empresa y los beneficios de la RSE.

Los escándalos de empresas como Enron y WorldCom han hecho que el mundo se cuestione sobre la actuación y ética de las empresas. Como resultado, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha cobrado creciente importancia, produciéndose un cambio

socioeconómico importante que podría resumirse en la finalización de la cultura empresarial de la Revolución Industrial, cuyo concepto dominante de empresa era la maximización del beneficio.

Este modelo de empresa está pasando a una nueva concepción por la que se piensa que la empresa es una forma más de ciudadanía y, en consecuencia, ha de convivir responsablemente con el entorno, al que influye y sobre el que tiene algún tipo de responsabilidad. La idea principal sobre el concepto de RSC en la empresa es la “Triple Bottom Line: Profit, People, Planet” (“Ganancias, Personas, Planeta”). Las empresas que siguen esta línea armonizan sus esfuerzos para ser económicamente viables, socialmente responsables y ambientalmente respetuosas (Iamandi, Caragin, Chiciudean, & Dragoi, 2007).

Hoy en día se pronuncian diversas manifestaciones que muestran un creciente interés por la Responsabilidad Social Corporativa, también denominada Responsabilidad Social Empresarial (RSE). En el Foro Internacional de las Culturas de Barcelona 2004, se puso de manifiesto que la empresa del siglo XXI tiene que integrarse en la sociedad con algo más que la producción de bienes y servicios. El cambio en el sistema de valores en la sociedad actual y la aparición de múltiples grupos de interés han generado una enorme presión que influye en las condiciones del entorno competitivo de las empresas (Bigñe, et al, 2005). Las organizaciones se cuestionan, con más frecuencia, las razones para ser socialmente responsables. Desde la concepción misma del tema, la respuesta es simple: para generar valor para el accionista y para los empleados, diferenciarse del resto de compañías, encontrar nuevos nichos de mercado y educar a la sociedad en una cultura de consumo responsable (De la Cuesta, 2006, citado por Vila, 2010).

Estas nuevas posturas están impulsando y promoviendo la generalización de estas prácticas, lo que puede observarse en la incorporación de departamentos de RSC en las empresas, quienes la consideran como un elemento necesario y conveniente para generar valor (Moreno, 2006, citado por Vila, 2010).

La RSC es concebida, entonces, como un conjunto de políticas, prácticas y programas que se integran dentro de las operaciones del negocio en la cadena de suministros y en los procesos de toma de decisiones transversalmente en la empresa y que generalmente incluyen tópicos como ética empresarial, inversión comunitaria, responsabilidad ambiental, derechos humanos y que consideran como su espacio de acción tanto al mercado como al lugar de trabajo (Tsoutsoura, 2004).

Aunque el tema se ha venido estudiando desde 1930, es a partir de 1970 que se han investigado los impactos en las empresas, principalmente como respuesta a la postura de Friedman, cuyo argumento establecía que la única responsabilidad real de una empresa era legalmente definida como la maximización de la riqueza de sus propietarios. Para tal efecto, dicha postura es refutada con evidencia empírica sobre los incentivos económicos de la RSC presentada por Moskowitz (1972). Desde entonces la RSC está siendo abordada por investigadores, estudiosos y empresarios dando por resultado informes que evidencian la importancia que viene cobrando la RSC en diferentes ámbitos.

En relación a los consumidores, las preferencias de éstos se inclinan hacia productos y servicios que tienen un origen de responsabilidad social, de transparencia y de confianza (Willmott & Mitchell, 2001, citado por Vila, 2010). Por parte de las empresas responsables, se está haciendo conciencia de la posibilidad de recibir compensaciones, por ejemplo, mediante políticas que incrementen costos a las empresas no responsables (Accountability, 2002, citado por Vila, 2010).

Para la teoría financiera, la empresa tiene un objetivo primordial: maximizar la riqueza de sus accionistas. Este objetivo es claro y satisface el interés financiero de los accionistas. Sin embargo, las empresas no solamente se ven influenciadas por los accionistas sino por otros grupos de interés, comúnmente mencionados como stakeholders. Los intereses de estos grupos son, generalmente, de índole no monetaria, por ejemplo, la comunidad y el medio ambiente.

Este conflicto de intereses entre los diferentes stakeholders hace difícil definir un propósito general que aglutine y satisfaga los intereses de todos éstos.

Para Williams y Siegel (2011) la RSC son acciones que van más allá de la obediencia a las leyes y que persiguen impactar positivamente en la sociedad (comunidad, medio ambiente, empleados, etc.). Por ende, los programas de RSC deberán incluir acciones que mejoren el medio ambiente, la comunidad y la vida de todos los grupos de interés de la organización. Sin embargo, en la propuesta de la estrategia de RSC no se toma en cuenta la actual crisis de los sistemas económicos y sociales, que hasta algunos organismos internacionales admiten. En consecuencia, de acuerdo con el planteamiento de Drucker, la teoría y supuestos en que se basan, han cambiado y ya no se corresponden con la realidad actual (Drucker, 2002, citado por Romero, 2010).

En la estrategia de la RSC, parece que existe implícito un supuesto según el cual “lo que es bueno para la empresa, es bueno para la sociedad” y no siempre esto corresponde con la realidad, ya que existen muchas empresas que producen bienes y/o servicios que son nocivos y/o inútiles para la sociedad. Es decir, si realmente fueran “responsables” desde el punto de vista social, no destinarían recursos para producir dichos bienes y/o servicios. Abundan ejemplos evidentes de estos casos y algunas de esas empresas que realizan programas de Responsabilidad Social Corporativos (Romero, 2010).

La responsabilidad social contribuye sin duda al desarrollo sostenible, pero para ello debe integrarse en la estrategia empresarial, fundamentalmente por dos motivos: el primero, para que no se quede en simples acciones altruistas que sólo pueden permitirse empresas que obtengan grandes beneficios; el segundo, para que no se convierta en una moda pasajera a la que se apunten algunas empresas exclusivamente por cuestiones de imagen.

La responsabilidad social debe ser compatible con la maximización de beneficios, por lo que la función social de la empresa se tiene que integrar con la económica. Para ello los directivos tienen que demostrar la relación entre el incremento de valor para los

accionistas y la responsabilidad social, de manera que ésta sea percibida y valorada por la sociedad (Núñez, 2006).

De acuerdo con Welcomer et al. (2003), las empresas frecuentemente usan una comunicación verbal muy bien diseñada, empezando por una declaración de su misión donde hacen visible su compromiso social pero que no es respaldada por sus acciones.

Sweeney (2009) citando a Verschoor (2008), también apunta que hay estudios que han encontrado un vacío paradójico entre lo que dicen las empresas y lo que demuestran con sus acciones. La RSC puede usarse solamente para mejorar la reputación de la empresa, dejando de lado el verdadero propósito de la misma. Asimismo, las empresas se pueden involucrar en actividades meramente altruistas cuyo esfuerzo final se vea compensado por una deducción fiscal (Sweeney, 2009).

Para calificar a una empresa como socialmente responsable no es suficiente que realice acciones que impacten a la sociedad, sino que se requiere evidencia concreta de estrategias de RSE. Palmer (2012), en su trabajo “Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Does it Pay to Be Good?” hace mención a McDonald’s como un ejemplo de empresa que se compromete en una estrategia multidimensional. Esta estrategia consta de cuatro acciones específicas de RSC: 1) estrategias en la cadena de suministros sustentables 2) responsabilidad con el medio ambiente 3) bienestar de sus consumidores y 4) filantropía corporativa.

Para dar unos ejemplos, McDonald’s mantiene una cadena de suministros sustentable comprando a proveedores que siguen prácticas que aseguran la salud y seguridad de sus empleados y el trato humano y digno de animales. Asimismo, McDonald’s forma parte de los socios del Fondo de Defensa del Medio Ambiente (EDF) desde 1989, buscando mejorar la huella ambiental de la empresa, por ejemplo, el rediseño de su empaque que contribuyó a la eliminación de 150,000 toneladas de basura. En cuanto al impacto en el bienestar de sus consumidores, McDonald’s enlista la información nutricional de todos sus productos, aunque no sea una exigencia de la FDA. Por último, McDonald’s ha sido el donante corporativo más grande a la Ronald McDonald House Charities, organización

libre de lucro que provee hospedaje a las familias de niños seriamente lesionados que deben viajar para recibir sus tratamientos médicos.

Integralmente, estas cuatro acciones de RSE afectan a todos los grupos de interés de la empresa, de manera directa o indirecta.

La propuesta de la RSC de concebir la empresa de una manera holística y sistémica, formando parte de un todo interrelacionado al cual debe dedicarle atención y recursos para mejorar su posición en el mercado, constituye un aporte importante para la teoría gerencial. La RSC le permite a las empresas asumir nuevas funciones en la conducción de la sociedad, que les garantizará mejorar su imagen, competitividad, permanencia y posición en el mercado a largo plazo.

En la medida en que las empresas privadas asuman y cumplan su nuevo papel de empresas responsables de los problemas ambientales y sociales, les resultará en consecuencia una importante cuota de poder sobre su entorno social, coadyuvando con el poder que es indispensable ejerza el Estado, por ser el organismo que legítimamente representa los intereses de todos los ciudadanos y no los de un grupo. Si se logra que las corporaciones asuman y apliquen de manera generalizada algunos principios éticos, es posible que se generen cambios de conductas que conduzcan a modelos de desarrollo más humanos, sustentables, endógenos y autónomos (Romero, 2010).

El enfoque holístico de la empresa constituye un avance importante que ya está generando cambios en las empresas que lo han asumido como una respuesta a los cambios generados en el entorno social y político, pero el resultado de este análisis, nos indica que si bien es necesario dicho cambio, no es suficiente para considerar que genere un “modelo ético de desarrollo” , ya que mantiene los principios que le sirven de base al sistema capitalista liberalista (Romero, 2010).

Las actividades de RSC están positiva- mente relacionadas con el tamaño de la empresa. Las empresas de menor tamaño por lo general realizan algunas actividades relacionadas

con algunos de sus grupos de interés, mas no con todos, siendo las actividades más comunes las donaciones a la comunidad (filantropía) y el manejo de los residuos (medio ambiente). Por el contrario, las empresas grandes tienden a practicar acciones de RSC en cada uno de sus grupos de interés. Las actividades más comunes incluyen programas de balance trabajo-vida y programas de equidad de género y diversidad (empleados); accesibilidad para clientes discapacitados y productos innovadores (clientes); manejo de residuos y uso de material reciclado (medio ambiente) y donaciones y programas con escuelas locales (comunidad) (Sweeney, 2009).

3.3 RSE y los impactos positivos

El debate alrededor de la RSC muestra que no hay un enfoque único cuando se aborda la conveniencia de ser una empresa socialmente responsable. La gran mayoría de los estudios sobre el tema muestran una correlación positiva entre la RSC y el desempeño financiero, partiendo de que la empresa considera que su objetivo principal es la maximización de las ganancias y siendo conscientes de que el Estado sigue asumiendo su papel de guardián del bienestar social (Lamandi, 2007).

El desempeño financiero se define típicamente por medidas tales como razones contables y financieras, así como medidas basadas en los mercados de capitales. Sin embargo, debido a que las razones contables se basan solamente en aspectos históricos, es más conveniente el uso de medidas de mercado (ganancias de capital) ya que éstas representan la evaluación que hace el inversionista sobre la capacidad de la empresa de generar ganancias futuras.

En un estudio realizado por Margolis y Walsh (2001) y citado por (Dam, 2006) en 95 estudios empíricos realizados entre 1972-2001 se reporta que cuando se define a la RSC como la variable independiente, se encontró que ésta tiene una correlación positiva con el desempeño financiero en el 53% de los estudios observados, ninguna relación en el 24%, una relación negativa en el 5%, y una relación mixta en el 19%. Aun así, no existe una

teoría económica que trate de incorporar inversiones socialmente responsables y RSC en un marco de equilibrio neoclásico (Heinkel et al., 2001, citado por Dam, 2006). Al respecto, Dam (2006) realizó un estudio para explicar la ambigüedad de resultados en estudios realizados sobre el tema encontrando que no existen disparidades en los resultados y que sí existe una correlación positiva entre la RSC y el desempeño financiero.

La explicación que brinda este estudio es que en una conducta socialmente responsable, la empresa internaliza algunos de los costos no inherentes al mercado, por ejemplo, sustituyendo mano de obra por capital para reducir la contaminación. En otras palabras, elevan el costo de capital comparado con el mercado y en consecuencia, las medidas de ganancias operativas (retorno sobre activos) se incrementan para las empresas socialmente responsables. Otro efecto es que las empresas socialmente responsables generan menos costos no inherentes al mercado y las acciones serán más altas en comparación con sus pares socialmente irresponsables debido a la demanda que se incrementa por los consumidores que son también inversionistas y que están preocupados por los costos sociales que se generan. En consecuencia el precio de la acción y por ende el valor de mercado de la empresa se incrementa.

Las empresas con programas de RSC propician la estima de los clientes ya que permiten que éstos sientan que contribuyen con sus decisiones de compra a acciones en pro de la sociedad. Con esto las empresas obtienen ventajas competitivas porque sus clientes son más leales, aunado a que son más propensos a aceptar pagar precios más altos si se trata de empresas con programas de RSC. Lo mismo pasa con los inversionistas quienes son más leales a empresas con programas de RSC, pero no sólo por lealtad sino por considerar que estas empresas se comportan éticamente (Palmer, 2012).

Adoptar una política de RSC tiene dos efectos positivos: por un lado, coadyuva para la permanencia de la empresa dados los nuevos requerimientos sociales, y por el otro lado, si se instrumenta adecuadamente, puede atraer el conocimiento que difícilmente puede

obtenerse sin el compromiso y cooperación de todos los grupos de interés. Una política de RSC bien manejada, puede conducir a la empresa a un nivel de ventaja competitiva (Lamandi, I., et al., 2007).

Las empresas implementan una política de RSC buscando maximizar sus oportunidades globales, mejorar las relaciones con todos los grupos de interés, incrementar el valor de la marca, consolidar el negocio a largo plazo y reducir los riesgos asociados, empezando por la concepción de que el consumidor está dispuesto a pagar más ya que la sociedad recompensa a las empresas socialmente responsables. En este mismo sentido, McWilliams y Siegel (2001) confirman que las estrategias de RSC van a dar un mayor valor a la empresa, sus productos y servicios, y proveen un camino de diferenciación en términos actitudinales. Asimismo, muestran que los efectos producidos por las acciones de RSC en un nuevo producto y/o servicio se trasladan a la evaluación total de la compañía.

También se corrobora que los efectos de la RSC son generalmente positivos en los comportamientos de compra exhibidos por los consumidores. Así, los resultados de las investigaciones muestran que las acciones de RSC tienen un impacto sobre las intenciones de compra, desempeñando un papel importante en el comportamiento rutinario del consumidor, que puede ser superior a las propias consideraciones racionales, económicas o de los propios atributos del producto (Raynolds, 2002; Werther y Chandler, 2005, citados por Vila, 2010). Es decir, la RSC tiene un efecto halo en los juicios del consumidor, ya que detrás de las actitudes/ emociones positivas desatadas, viene la aparición de compras superiores hacia esos productos avalados por empresas socialmente responsables (o la recomendación de los mismos).

Los resultados obtenidos en el trabajo de Vila y Gimeno-Martínez (2010), muestran que los consumidores jerarquizan las motivaciones en su intención de compra. En esta jerarquización, la primera en relevancia es la dimensión económica, lo que significa que el usuario percibe que existe un interés en la mejora del servicio y sus cualidades, de forma que le afecta de forma directa. En segundo lugar, le sigue el cumplimiento del ordenamiento legal y la transparencia que debe ofrecer la empresa en su gestión. En

tercer lugar, los usuarios valoran el comportamiento ético. Estas dos últimas dimensiones, también con alta intensidad o carga factorial, son lo que se conoce como acciones sociales, tanto externas (por ejemplo, apoyo a ONG's) como internas (hacia los empleados). En último lugar quedan las medidas que se efectúan a favor del medio ambiente.

Por tanto, se concluye que tienen una mayor valoración las acciones que afectan directamente a los consumidores y una menor las que no son percibidas como cercanas o directas. Este resultado está en línea con investigaciones realizadas por Carroll (1979) citado por Vila (2010), quien ya señala la importancia de ser productivo, beneficioso y capaz de generar valor y satisfacer las necesidades deseables para la sociedad, convirtiéndose en un negocio benéfico a través de una responsabilidad social.

Otra motivación para asumir este compromiso social, independientemente de las recompensas económicas es establecer una “administración basada en valores”, en cuyo caso la gerencia busca promover los valores compartidos en la organización, que incluyen, valores morales, persiguiendo dos efectos primordiales: la mejora de la imagen corporativa de largo plazo (reputación), asociando desempeño con conducta ética; por otro lado, el reforzamiento de las sinergias de los grupos dentro de la empresa (Popa, 1999, citado por Lamandi, 2007). Las empresas con buenos comportamientos sociales y ambientales reportan que estas actividades pueden dar por resultado mejor desempeño y pueden generar más ganancias y crecimiento.

Por otro lado, el impacto económico de las empresas socialmente responsables puede dividirse en efectos directos e indirectos. Los resultados directos positivos pueden, por ejemplo, propiciar un mejor ambiente de trabajo, que resulte en una fuerza laboral más productiva o un uso más eficiente de los recursos naturales. Asimismo, los efectos indirectos resultan de una creciente atención de consumidores e inversionistas, quienes podrían incrementar las oportunidades de la empresa en los mercados. Recientemente se pueden observar rankings de empresas en función de su responsabilidad social, como el de

RSC de Actualidad Económica y el de Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOS).

A través de los medios de comunicación, se constata la reinterpretación de los criterios de inversión en los mercados financieros, así como un mayor análisis y valoración de las actuaciones y comportamientos medioambientales, sociales y éticos de las empresas (Nieto y Fernández, 2004, citado por Bigné, 2005). Las instituciones financieras están haciendo cada vez más uso de indicadores de estas prácticas para evaluar los riesgos crediticios o las posibilidades de inversión en empresas que las realizan. Por ejemplo, estar reconocida en el Dow Jones Sustainability Index, FTSE-4Good y Domini Social Index 400, entre otros indicadores, puede fortalecer la calificación de una empresa y por consiguiente obtener ventajas financieras (Heal, 2004).

Se asume que las empresas socialmente responsables tendrán resultados financieros por arriba de la media (Kroll, 1999), debido a que la capacidad de la empresa para administrar exitosamente aspectos sociales y ambientales es prueba inequívoca de una alta calidad administrativa que contribuye a minimizar riesgos al predecir y evitar las crisis que pueden afectar la reputación de la empresa y causar caídas en el precio de sus acciones (European Commission, 2001). Esta correlación positiva entre la RSC y el desempeño financiero, representado por los precios de las acciones está empíricamente demostrada por los ejemplos de empresas multinacionales de Estados Unidos, Europa y Asia (Jamandi, 2007).

Un argumento contra los programas de RSC es que incrementan los costos, lo que impacta en el propósito de la empresa de maximizar las ganancias. Sin embargo, este es un argumento de corto plazo, ya que un programa de RSC bien implementado puede disminuir los costos operativos en el largo plazo. Al combinarse con otras iniciativas financieras, el efecto es más grande que el incremento en costos (Backhaus, 2010, citado por Phelan, 2010).

Al respecto de los beneficios que la RSC puede traer a la empresa, aún hay mucho por hacer. Se necesitan estudios más profundos que identifiquen las relaciones causales entre

la RSC y la rentabilidad, que además demuestren que estas relaciones son consistentes en el tiempo, ya que se requiere conocer si el impacto de las acciones de RSC en el desempeño financiero son de corto o largo plazo.

Unidad IV

Ética empresarial

4.1 Articulación de la ética empresarial

La reflexión sobre la ética en la empresa ha sido prolífica desde los años setenta, y coincidió con la reivindicación de la necesidad de pasar de las palabras a los hechos. Esta necesidad de institucionalizar y hacer operativa toda esa reflexión en la praxis empresarial se concretó principalmente en el desarrollo de códigos éticos y otros documentos de autocontrol, los cuales tienen el objetivo fundamental de mejorar la actuación ética de las personas en la organización y así generar mayor legitimidad social y una cultura corporativa coherente. Pero los resultados de ese desarrollo son un tanto contradictorios.

Si bien por un lado la mayor parte de las grandes empresas en todo el mundo ha elaborado códigos éticos, por otro el escepticismo hacia este tipo de documentos es cada vez mayor debido a la falta de un fundamento filosófico coherente y a un proceso de elaboración inadecuado de los mismos. La presente obra pretende subsanar, en alguna medida, estas dos carencias. Ofrece una definición precisa y una fundamentación de los códigos éticos, y propone un proceso para su desarrollo, el cual ha sido puesto en práctica en importantes organizaciones de México en los últimos años y puede ayudar a otras a mejorar su nivel ético.

En principio, la ética en los negocios no difiere en nada de la ética en la medicina u otras disciplinas, y los principios éticos generales se deducen del imperativo categórico o de alguna versión moderna de éste para luego aplicarse al contexto de los negocios.

Durante los primeros 50 años o más de su existencia, la ética en los negocios se desarrolló sobre todo en torno a dos corrientes de pensamiento. La primera, encapsulada en la frase negocios y sociedad o problemas sociales de la administración de empresas, trata de situar los negocios, concebidos como una actividad esencialmente económica dentro de una matriz social general. Los estudiosos que han aceptado este enfoque pertenecen fundamentalmente a las escuelas de administración y han adoptado muchos de los métodos de sus colegas, en particular los de las ciencias sociales. El segundo enfoque, también enclaustrado en la frase ética en los negocios, se analizó como un campo más en el que los filósofos trabajan dentro de la tradición kantiana o analítica. Tales estudiosos han llegado a ver la ética en los negocios como un campo más en el que los filósofos éticos pueden aplicar sus teorías, que en gran medida son kantianas.

De acuerdo con el pensamiento de Simon, en el que todas las decisiones tienen un componente de valor y una decisión mala, negligente o equivocada de un responsable de una parte del negocio, es posible afectar y hundir a toda una organización. Esto último parece un tanto exagerado, pero hay que recordar el siguiente hecho histórico negativo para las empresas que están compitiendo a diario por ocupar una posición destacada en los rankings de mejor gestión. En 1989, en las costas de Alaska, el petrolero Exxon Valdés derramó una cantidad impresionante de petróleo en esas aguas, lo cual provocó una catástrofe ecológica de magnitudes tan terribles que aún no se puede establecer el equilibrio ecológico de esa zona del planeta. En ese entonces la prestigiosa revista Fortune situaba a este holding estadounidense entre las seis mejores empresas del planeta. Con este desastre cayó en la misma clasificación hasta el lugar 110. Frente a este hecho, se puede plantear si “hubo mala suerte” o que “un error le puede ocurrir a cualquiera”.

En fin, se puede minimizar el hecho, pero lo que realmente causó repudio mundial fue la falta de respuesta inmediata por parte de la empresa, lo cual se traducía en la carencia de

artilugios técnicos adecuados y propios para actuar en estos casos. Habría que añadir la lentitud en las decisiones que se tomaron, así como el envío de personal de jerarquía media y poco calificado al lugar de la catástrofe. El estado de embriaguez del capitán del Exxon Valdés pasó a segundo plano ese fin de semana en que la burocracia quedó en evidencia una vez más frente a un hecho de proporciones gigantescas en donde una multinacional no supo dar soluciones a tiempo. Este acto de “irresponsabilidad social de una multinacional” se puede catalogar como un hito importante que sensibilizó a la opinión mundial sobre los desastres ecológicos que causan las empresas frente a la apatía generalizada de la sociedad mundial. Por fortuna, cada vez existe más conciencia de que el planeta es de todos, a pesar de que aún no haya acuerdos entre todos los países y las potencias importantes sigan negándose a seguir los Acuerdos de Kioto. Es absurdo que todavía el año anterior (2005) algunas potencias condicionaran la aprobación de decisiones trascendentales para mejorar la calidad de vida del planeta y evitar su destrucción.

El mundo actual cambia a ritmo vertiginoso. El panorama que una vez se conoció se trastornó. El Muro de Berlín desapareció. Las Alemanias se reunificaron. “El Imperio del Mal” —la Unión Soviética— ya no existe. El comunismo está agonizando. El apartheid está muerto y Nelson Mandela no sólo es un hombre libre, sino que fue presidente de la República Libre de Sudáfrica, en la que se instituyó un foro público, la Comisión de Verdad, para analizar abiertamente sus peores pecados. Ésta es la era de la globalización.

La Organización Mundial de Comercio representa el surgimiento de la cooperación económica y el libre comercio en todo el mundo. Las consecuencias para las compañías son de proporciones formidables: Daimler Benz es propietaria de Chrysler Corporation; British Petroleum adquirió a Amoco; Bankers Trust Company pronto formará parte del Deutsche Bank; Random House es propiedad de Bertelsmann, y Citigroup está en todas partes.

Ésta es la era de la técnica. La fibra óptica y los satélites conforman una sola red de información mundial. En la actualidad es posible comunicar cualquier cosa, a cualquier persona, en cualquier parte y por medio de cualquier forma (voz, datos, texto, imágenes)

a la velocidad de la luz. Las computadoras de escritorio tienen hoy más capacidad de cálculo que las grandes computadoras centrales que la NASA utilizó para llevar al hombre a la Luna. Es una era de reingeniería, reestructuración, ajuste del tamaño de las empresas, reorganización y organizaciones menos jerárquicas. A medida que los trabajadores intercambian a regañadientes las comodidades del viejo contrato social por ciertos entendimientos todavía por definirse, los efectos en el valor y la dignidad humanos han sido drásticos. La dependencia de la compañía y la lealtad a ésta han sido sustituidas por el distanciamiento y el cinismo. Existe el desafío de encontrar nuevas formas para recrear las interdependencias y buscar nuevas maneras de experimentar la “comunidad” en las organizaciones. Es una era de información. Se dice que el conocimiento se duplica cada cinco años, y en ocasiones surge la pregunta de por qué se toman decisiones en el corto plazo. En la actualidad, la información está instantáneamente a disposición y abunda en todo el globo. El secreto del liderazgo, llega uno a descubrir, es que no hay secretos. Simplemente, en esta era de información ya no hay cabida para ocultar nada, como:

- Un derrame de petróleo en Alaska;
- La fusión accidental del núcleo del reactor en Chernobyl.
- Una relación privada con el presidente en la Casa Blanca.
- Prácticas de trabajo infantil en Vietnam.
- Corrupción en los mercados emergentes
- Los efectos nocivos, causantes de cáncer, del tabaco
- Las prácticas de venta inaceptables en la industria de los valores y seguros
- La ausencia de mujeres y minorías en los consejos de administración y en la alta dirección de las empresas
- La diferencia cada vez más notable en las remuneraciones de ejecutivos y trabajadores.

Tal vez algunos de los problemas más graves que atentan contra la conversación y la complican son las diferencias que pueden existir entre el pensamiento y la palabra que se utiliza para comunicarlo. Por ejemplo, cuando alguien señala que se debe incluir la ética en el plan de estudios de las escuelas de negocios, ¿qué se desea expresar realmente? Al

parecer, los estudiantes tienden a confundir los términos de ética y moral, ya que los utilizan indistintamente, como si fueran sinónimos. De acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la moral es la ciencia que trata del bien general y de las acciones humanas en orden a su bondad y maldad.

No obstante lo anterior, existen diferencias entre ética y moral. Según la etimología de cada uno de los dos términos, ética proviene del griego *ethos*, que significa costumbre.

Por otro lado, moral proviene del latín *mos*, *moris*, que también significa costumbre. Esto apoyaría la idea de que ambos conceptos son sinónimos. Sin embargo, si se profundiza en la etimología se observa que ética parece provenir del sánscrito *satyan*, que significa esencia, y parece que la raíz sánscrita del término moral es “*ma*”, que significa medir. Por consiguiente, tiene más sentido esta última raíz, ya que al parecer proporciona un sentido mucho más lógico de lo que se desea expresar, es decir, una situación puede ser a la vez ética y moralmente posible, ya que se podría medir el hecho en función del cuestionamiento ético que se hace. Por otra parte, si la ética reúne la teoría y la moral la práctica, se podría suponer que de la investigación de la ética —si es suficientemente acertada y extensa— deberían inferirse, por ejemplo, principios morales de la misma manera que al estudiar la gravedad se desprenden principios para la construcción de aparatos que vuelan. En riguroso sentido ético, un juez que imparte justicia representa en esencia “teórica” una intachable conducta que le da confianza a toda una sociedad para juzgar a otro individuo, pero en la práctica podría resultar moralmente cuestionable su criterio para impartir justicia, ya que puede medir el hecho minimizando los acontecimientos en la impartición de justicia.

Dada esta diferenciación entre ética y moral, pueden surgir las siguientes preguntas: cuando se habla de enseñar ética, ¿a qué se refiere: al estudio de la ciencia o de la práctica? ¿Se habla de ética o de moral? Estas interrogantes son muy pertinentes, ya que pueden describir no sólo dos campos diferentes, sino también representan dos métodos de enseñanzas distintos y dos objetivos también diferentes.

Difícilmente se podría sostener que la ética o los juicios morales del sentido común son infalibles, pero su relación con la filosofía de la ética se puede comparar con la relación que existe entre las percepciones propias ordinarias y las ciencias físicas. De la misma forma como el científico debe partir de la percepción de los objetos físicos, el filósofo debe partir de los juicios éticos del sentido común, porque éstos son sus datos.

Ambos intentarán transformar sus datos en un sistema coherente, y también de hacerlos coherentes con otros sistemas.

La ética en los negocios también contiene normas y principios morales que rigen el comportamiento. La diferencia entre una decisión común y corriente y una decisión ética estaría en el papel principal que desempeñan los valores y los juicios en las decisiones éticas. Los directivos son particularmente vulnerables a las conductas sin ética por diversas razones. Por ejemplo, los servicios tienen pocos atributos para la búsqueda de la conducta ética, y por eso es difícil evaluarlos antes de tomar la decisión de adquirirlos.

Muchas veces son técnicos, o especializados, o poseen ambas características, lo cual dificulta más aún la posibilidad de que el consumidor común y corriente los evalúe. Los servicios se venden sin garantías ni compromisos, y con frecuencia se ofrecen por personal no supervisado, fuera del área de la compañía.

Los problemas éticos más comunes son el conflicto de intereses, la confidencialidad en las relaciones de la organización, la honradez, la justicia y la integridad de las actividades de comunicación de la empresa. La conducta de los directivos durante la toma de decisiones éticas refleja los principios morales con los que se rigen. Las ciencias morales, como la teología, la deontología y el relativismo, son los principios o reglas que rigen a los directivos cuando deciden qué está bien o mal.

Las personas podrían tomar decisiones distintas en situaciones de ética similares debido al desarrollo cognoscitivo de lo moral y de algunos otros factores más, entre ellos los valores personales, las diferencias culturales, la cultura de la empresa, la estructura de la organización, la oportunidad, los sistemas de premio, los terceros importantes y las

presiones que originan realizar actividades en un entorno competitivo. Los empleados que de manera frecuente tienen que manejar cuestiones éticas sufren constantemente tensiones relacionadas con el trabajo, tales como frustración, ansiedad, mal desempeño e insatisfacción laboral, lo cual provoca rotación de personal.

Las organizaciones aplican una serie de estrategias que pretenden controlar la conducta ética de los empleados, entre ellas la socialización de los empleados, la elaboración y aplicación de códigos de ética, la capacitación de los líderes, la capacitación para conocer el servicio/producto, la vigilancia del desempeño de los empleados y la educación de éstos relacionada con los beneficios de las relaciones a largo plazo con los clientes.

4.2 El liderazgo de los directivos.

El líder es el que se sitúa al frente. Pero no es el único, ni todo puede depender de él. El líder no es más que el motor de la organización. Pero, como todo motor, quema “combustible” y genera un movimiento hacia adelante; ese “combustible” es la doctrina-programa y los objetivos-estrategia. Si el líder cree que el “combustible” de su gestión es la militancia, se equivoca. La militancia sigue al líder, avanza con él, a su mismo paso, y cuando el líder es tal, avanza a su ritmo. Cuando el líder “quema” a la militancia y, por lo tanto, la considera objetivamente como combustible, lo que está haciendo es alejarse de modo ineludible de su doctrina y de la línea fijada por el congreso del partido.

El liderazgo tiene una tarea interior, de cara a la organización, y otra tarea exterior, es decir, su proyección sobre la sociedad. De cara al interior, el líder es el movilizador de la organización, el guía y el perfecto coordinador de la militancia a la que dirige en el cumplimiento de los objetivos fijados en los congresos del partido. De cara al exterior, el líder es un faro para la sociedad y, junto con sus camaradas, la levadura de las masas. En ambos frentes debe alumbrar aquello que otros no ven, iluminar lo que está oscuro para la población o para la militancia.

Estos dos frentes se manifiestan en toda su actividad: el líder debe llevar adelante a la organización, pero también a la sociedad. El líder debe tener envergadura suficiente como para rectificar y orientar las reacciones populares cuando haga falta, no basta con que intente decir justo lo mismo que dicen las masas siempre y en todo lugar, sino que debe llevar a la población hacia las posiciones defendidas por el partido. Asimismo, el líder debe cuidar de no aceptar acríticamente las tendencias que vayan apareciendo en el interior de su organización, frecuentemente protagonizadas por empleados exaltados, con poca formación política, quienes, en su entusiasmo inconsciente, dan la espalda a las decisiones de los congresos.

Por una parte, el líder debe mantener equilibrios interiores; por otra, debe asegurar avances exteriores. Una organización política no es una formación militar en donde la obediencia es ciega y la disciplina absoluta. Inevitablemente, una organización política alberga en su interior distintas tendencias y “sensibilidades”. La habilidad del líder consiste en equilibrarlas, intentar extraer de ellas lo más positivo, evitar los enfrentamientos internos y las luchas fraccionales y preocuparse de que todas ellas respeten, acepten y trabajen para hacer viables las resoluciones de los congresos. Sólo cuando alguna fracción se aparta de las resoluciones tomadas, en la estricta observación de la legalidad estatutaria, el líder debe intentar resolver el conflicto exterior, no ser el primero en excitarlo. Y si esta resolución es imposible, debe aniquilar la tendencia mediante la sanción que estatutariamente corresponda o la expulsión como última medida, cuando cualquier otra solución es inevitable.

Entre las cualidades esenciales del líder están las siguientes:

I. Habilidad para el mando, que es la cualidad mediante la cual se encuentra a los empleados más capaces para ocupar tareas concretas. No a los más fieles, ni a los más amigos, sino a los más capaces. El líder tiene una habilidad especial para valorar a los seres humanos. Es capaz de saber hasta dónde pueden llegar, y cuál es la función más concreta que pueden desarrollar. El mando no trata de concentrar funciones, lo cual ocurre sólo

con los mandos inseguros e inestables, sino de situar a cada cuadro político al frente de la función ante la cual pueden rendir mejor.

2. Realiza los análisis políticos más lúcidos y que suponen las más exactas proyecciones de futuro. El líder prevé y se adelanta a lo que puede ocurrir mañana, lo anuncia con anticipación a sus empleados y sabe qué camino tomar para obtener la mayor rentabilidad política a las situaciones que van a producirse. El líder de cortas miras, que no analiza las coyunturas o que las analiza erróneamente, manifiesta su incapacidad para el liderazgo. Sus cualidades como estrategia no están siempre presentes.

3. Tiene siempre una respuesta ante cualquier situación. Allí donde otros no saben cómo responder a situaciones nuevas, el líder siempre tiene respuestas; dispone de salidas que resultan invisibles para otros. No hace falta que otros se la dicten, él las ve antes que nadie. El líder une a su capacidad de mando sus cualidades como táctico.

4. Entiende, asume y asimila los sanos reflejos populares. Un líder alejado de las masas, que no vive o no entiende los problemas de éstas, no es un líder. El líder emana del corazón de la sociedad, entiende las cuestiones que preocupan a la población, las asume y es capaz de dar respuestas simples a problemas complejos.

Aquello a lo que la población aspira es lo que el líder dice espontáneamente en sus discursos; aquello que quiere oír es lo que el líder demuestra que conoce. El líder vive los problemas de la población y propone soluciones.

5. Es honesto con su organización. El líder es austero. Para él no existe ni el lujo, ni el exceso, sino sólo una adecuada administración de los recursos. Es capaz de justificar el gasto del último céntimo y señala los objetivos por alcanzar: ninguno de ellos tiene que ver con su lujo o bienestar económico, sino con el avance de su organización. Con frecuencia, el líder tiene medios económicos propios que le permiten un razonable nivel de vida y dedicar su tiempo a la organización. Eso es aceptable. Otros líderes han surgido de una modesta condición social. También es aceptable. Lo que es absolutamente

inaceptable es que el líder haga suyos los recursos del partido, se acostumbre a vivir de éstos, y ni siquiera pueda presentar un balance de resultados y unos avances indiscutibles.

6. Tiene convicción y fe inquebrantables en la causa de la organización que defiende con tanta lucidez como tenacidad. El líder cree en lo que hace y es capaz de transmitir esta convicción en la justeza de sus ideales a todos los empleados. El líder cree que vale la pena empeñar su vida en la defensa y promoción de su causa. No alberga la menor duda en que vale la pena luchar por ella. Pero no es un fanático incapaz de razonar, argumentar y convencer, sino todo lo contrario. Su convicción es racional, se asienta sobre argumentos y datos objetivos.

7. Sabe reconocer sus errores, cuando los tiene. Un líder no tiene inconveniente en reconocer sus errores, cuando los ha cometido. Se esfuerza en la práctica de la objetividad, pero cuando se equivoca tiene la fuerza y la dignidad suficientes como para practicar la autocrítica, que es la capacidad para reconocer y explicar sus errores a fin de evitar volver a cometerlos. Como todo ser humano, el líder puede cometer errores. Sólo que en él sus aciertos son muy superiores a sus errores. El error es una excepción inesperada en la actividad del líder, muy por debajo de lo que aparece en cada uno de los que no son líderes. Pero, aun así, cuando el error aparece en la gestión del líder, reconocerlo es una buena muestra de su alta talla ética y moral.

8. Dispone de una fuerza interior superior a la normal. Allí donde otros no llegan, donde se agotan, donde no están en condiciones de arrastrar a otros, el líder manifiesta una fuerza interior indomable, de naturaleza vital y psicológica, que parece inagotable. Esta fuerza deriva de la voluntad de poder de la que hablaba Nietzsche, y es el rasgo más impresionante del liderazgo: “algo” le permite estar siempre en pie y en la vanguardia. No tiene inconveniente en prolongar reuniones y jornadas de trabajo hasta altas horas de la noche, para perfilar el trabajo de días sucesivos, o para convencer a alguien —una persona o una masa— a que le sigan a él y a su proyecto político. La conducción política es su primera tarea y nunca parece renunciar a ella, ni por su familia, ni por ninguna otra actividad.

9. Sabe mandar y someterse a principios superiores a su mando. El mando no es algo gratuito; se acepta y, por consiguiente, se acepta la subordinación porque trae avances objetivos y mensurables, y sobre todo porque, en el fondo, el líder es paradójicamente el primer subordinado. ¿A qué? Al programa, a los objetivos fijados por la organización, a las decisiones de los congresos, a los principios doctrinales de la organización. Por encima del líder, el programa. Por encima del líder, los intereses de la organización. Por encima del líder, los principios. Cuando el líder no respeta nada de esto, deja de ser líder y se convierte en un mero ambicioso u oportunista aprovechado y sin escrúpulos.

10. Tiene magnetismo personal, carisma y una capacidad de atracción y seducción de propios y ajenos. El carisma es la capacidad innata de atracción que posee el líder, que anima a otros a adherirse a sus posiciones. Se trata de un elemento irracional, pero no por ello menos real. Un líder no puede basarlo todo en la explotación de su carisma personal, sino que éste debe asentarse sobre los elementos objetivos antes mencionados: capacidad crítica, capacidad de análisis, fortaleza interior, capacidad de respuesta estratégica y táctica, etc. El carisma es una fuerza interior, irresistible, con una capacidad magnética de irradiación y atracción que genera entusiasmo y que, avalada por estos elementos objetivos, termina por perfilar la esencia del liderazgo.

Es relativamente fácil falsear el número de compromisarios que deben asistir a un congreso. Asimismo, es fácil, una vez que se dispone del control de la organización, auto promocionarse en el seno de la misma. Todo esto pertenece a lo que se llama falso liderazgo.

El falso líder ocupa la presidencia de una organización no porque la haya llevado hasta alturas importantes, sino porque obtuvo una frágil ventaja sobre sus oponentes, con frecuencia, utilizando trucos y artimañas. Una vez en la presidencia, comete el error de considerar que, por estar al frente, es el “dueño” de la organización, y ejerce sobre ella un poder “patrimonial”. La organización no es patrimonio del líder, sino más bien, el líder es patrimonio de la organización. Y en tanto que tal, el líder es el primero en respetar los estatutos y las resoluciones congresuales. El líder puede imponer su personalidad y su

forma de hacer las cosas en la organización, pero no de manera universal e indefinida, sino de acuerdo con los límites trazados en los estatutos y en las resoluciones aprobadas en los congresos. Cuando el líder se sale de estos límites, se deslegitima. Deja de ser líder para convertirse en un perturbador. Un líder nunca puede ser un perturbador.

Otra tendencia habitual es al aventurerismo. El líder no puede ser jamás un aventurero que embarque a su organización en las más dudosas empresas. El líder coordina, no dirige autocráticamente. Cuando el líder adopta una resolución que puede suponer el riesgo de un salto al vacío no contemplado ni en los estatutos, ni en la tradición de esa organización, se arriesga a destruirla. A partir de ese momento, los cuadros de la organización están legitimados para contestar su liderazgo. Si el líder piensa que por encima de él no hay nada, se equivoca. Por encima de él están los estatutos y el programa, y por encima de todo esto, la tradición de la organización y la misma organización.

La última tendencia es propia de aquella odiosa gama de oportunistas sin escrúpulos que, por una parte, hablan constantemente de entrega, sacrificio, disciplina, esfuerzo, y piden a la militancia hacerlo todo contando con nada, por puro desinterés y un espíritu de sacrificio absoluto... mientras dilapidan los medios económicos del partido en beneficio propio. Mal asunto si un líder no tiene propios medios de vida, o si no es capaz de reconocer que “el que sirve al altar, debe vivir del altar”. Mal asunto cuando se exige un sacrificio que uno mismo no está dispuesto a dar. Mal asunto cuando el líder no respeta el principio de austeridad, y echa mano de la caja del partido para alcanzar un estatus de vida que, de otra forma, jamás podría alcanzar. Mal asunto, en definitiva, si el líder no tiene oficio ni beneficio reconocidos, si carece completamente de ingresos, pero es incapaz de exigir a sus pares una retribución por su trabajo.

A la pregunta de si el líder debe estar retribuido o no por lo que hace, la respuesta es sin ninguna duda sí. Se le debe retribuir con un salario medio, pero también, quienes le dan ese salario medio están en condiciones de pedirle responsabilidad y resultados.

Una vez más se llega al asunto de los resultados. Un sueldo puede ser alto o bajo depende de los resultados obtenidos. Cuando el líder rechaza un salario pero utiliza en “gastos de representación” una cifra parecida a lo que supondría un salario medio, lo que está haciendo es burlarse de sus empleados, sobre todo si, al mismo tiempo, repite una y otra vez la cantinela del “esfuerzo, el sacrificio, la austeridad y el desinterés”. Y es que un líder nunca puede ser una máquina de dilapidar dinero. De hecho, el líder debe traer dinero a la organización, no puede ser un desaprensivo económico.

El alto concepto que se tiene del liderazgo político contrasta con la talla mediocre de muchos individuos que se consideran llamados para realizar altas tareas, pero que carecen de las mínimas cualidades. El líder reúne en su persona la mayor concentración de poder y de mando, y por lo tanto también recae sobre él la mayor de todas las responsabilidades. El ejercicio del liderazgo no es una tarea fácil. Muchos oportunistas que sólo pensaban en saquear las arcas de un partido o en cristalizar su anómala voluntad de poder han quedado abrumados ante la tarea emprender el liderazgo.

4.3 La conducta ética del emprendedor

La conducta ética y la responsabilidad empresarial son imperativos de gestión para las empresas de cualquier tamaño e independientes de la etapa de desarrollo en la que se encuentre. Por lo mismo, este imperativo ético trasciende a las personas que participan en la gestión.

El emprendedor, quien se enfrenta por primera vez al complejo contexto empresarial, echa mano necesariamente de lo que Eduardo Schmidt (1997) denomina actitud moral fundamental, misma que se ha desarrollado consciente o inconscientemente durante su vida: todo lo que le sucede al individuo durante su vida va conformando esta actitud, en la medida que pueda influir de forma más o menos permanente en su proceso de elección. Entonces, la actitud moral fundamental se transforma de manera continua a lo largo de la existencia, y los valores que acepta y adopta el individuo son congruentes con este proceso de ajuste moral.

Con base en lo anterior, el individuo asimila una serie de valores éticos desde sus primeros años de vida, por lo menos durante su infancia y juventud; más adelante “escoge deliberadamente los valores que acepta y rechaza... y establece una jerarquía o escala de valores que es la base de su personalidad moral” (Schmidt, 1997).

En la actitud moral fundamental de la persona. En la medida que estos actos se repiten una y otra vez, se convierten en hábitos, los cuales facilitan la actuación del individuo en el futuro. Es importante agregar que estos actos son producto de la libertad y determinación de la persona, por lo que siempre, de alguna manera, cuenta con la posibilidad de elegir.

Un aspecto sobresaliente del emprendedor tiene que ver con el hecho que estos individuos manifiestan una personalidad diferente al resto de la población laboral, sin importar edad, perfil académico o motivación. Aunque son más las personas que desean ser emprendedoras independientes, las que realmente cristalizan sus sueños manifiestan un perfil excepcional (Blanchflower, 2001).

Beugelsdijk y Noorderhaven (2005) argumentan que los individuos de naturaleza emprendedora son más individualistas que los empleados y la población en general, por lo que exhiben características especiales en cuanto a responsabilidad y esfuerzo individual. Otros valores predominantes son los relacionados con asociar esfuerzo y trabajo intenso al éxito, y no relacionar a este último con la suerte o la casualidad. Esta actitud presupone una interesante ética laboral, que incluye la firme creencia de educar a los niños en la importancia del trabajo y la superación personal para tener éxito en la vida.

Por lo que se refiere a los estándares culturales genéricos de una sociedad, se les ha identificado y caracterizado en diversos estudios, y se ha concluido que existen fuerzas culturales significativas que determinan el comportamiento ético de una sociedad y que pueden diferir sensiblemente de los observados en otras culturas. Por ejemplo, en un estudio comparativo de las actitudes éticas de directivos empresariales en Corea, India y Estados Unidos de América, se utilizó la tipología de cinco dimensiones de Geert Hofstede y se puso de manifiesto el componente cultural de la conducta ética en la

gestión empresarial (Joseph-Christie y col., 2003). Los resultados señalan que la conducta ética se relaciona con la integridad del directivo, en tanto que las prácticas cuestionables se relacionan además con el contexto de negocios y el género. Por otra parte, se encontró una correlación significativa entre la distancia de poder —que pretende evaluar en qué medida una cultura promueve el ejercicio del poder de los superiores— y el individualismo, es decir, el grado en que la cultura se orienta hacia aspectos centralizados y de tipo colectivo por encima de decisiones de carácter individual, y algunas prácticas de negocio moralmente cuestionables.

En particular, Bayles (1989) identifica cinco valores sociales de los estadounidenses, mismos que una persona de ese país normalmente encontrará aceptables: libertad o autodeterminación, protección contra el peligro, igualdad de oportunidades, privacidad y bienestar personal. Con base en lo anterior, un ciudadano de ese país actuará en beneficio de esos valores y tratará de evitar que se violen en perjuicio del individuo o la comunidad. Sin embargo, la cultura estadounidense, que predica con energía la igualdad, también favorece elementos poderosamente diferenciadores, como la belleza, la riqueza, el talento intelectual, artístico o deportivo (Fimbel y Burstein, 1990). Asimismo, los occidentales oscilan día con día dentro de diversas dicotomías que conforman el universo de las decisiones de gestión, no exentas de interesantes dilemas morales. Entre éstas figuran:

- Trabajo intenso vs. Descanso
- Ahorro vs. Deuda
- Responsabilidad personal vs. Derechos individuales
- Competencia vs. Colaboración
- Aceptar el destino vs. Luchar para cambiarlo
- Diferencias vs. Igualdad de géneros
- Sacrificio vs. Interés personal
- Igualdad vs. Justicia
- Acumulación vs. Distribución de la riqueza
- Productividad vs. Calidad de vida

Los patrones morales de distintas industrias tienen a su vez una influencia significativa en la toma de decisiones. Partiendo del hecho de que la industria une a los individuos de diferentes compañías con características similares, el contexto industrial reviste particular importancia en la ética de negocios. Deal y Kennedy (1982) se dieron a la tarea de clasificar las industrias estadounidenses en cuatro contextos básicos. Aun cuando el estudio no es reciente, la tipología sigue teniendo valor y actualidad.

Por una parte, definieron la cultura “machista”, conformada por individualistas, quienes manifiestan un alto nivel de riesgo en sus actitudes y decisiones. Las industrias de los cosméticos, construcción, consultoría de negocios y de entretenimiento pertenecen a esta clasificación. En segundo lugar situaron una cultura de “trabajo duro y recreo”, en donde los protagonistas se mantienen en acción sin olvidar la diversión, aunque la actividad es en esencia de bajo riesgo. Estas industrias están orientadas al mercado, por lo que responder a las necesidades de los clientes es un valor fundamental, así como la iniciativa, la persistencia y un alto nivel de actividad. Ejemplos de estas empresas son las de bienes raíces, las distribuidoras de automóviles y las de vendedores de puerta en puerta. Los autores Deal y Kennedy (1982) definen un tercer tipo de industria y lo denominan “apuéstale a tu empresa”. En este contexto, los resultados a futuro tienen mayor importancia y las ideas se analizan con todo cuidado, toda vez que pueden pasar años antes de conocer el efecto de las decisiones de gestión. Las empresas mineras, petroleras, de aviación y los fabricantes de bienes de capital están incluidos en esta clasificación. Para finalizar, se define un tipo de industria en donde predomina una “cultura de procesos”, en la cual no es fácil medir la actuación individual y el impacto de las decisiones personales y existe poca retroalimentación, por lo que se concentran más en el “cómo” hacer las cosas que en los resultados. Estas industrias caen con facilidad en el terreno de la burocracia característica de los bancos, las financieras y las compañías de seguros.

De esta manera, los valores asociados con los distintos tipos de industria generan necesariamente diferentes esquemas de valores y creencias. Más aún, estas industrias llegan a desarrollar por antonomasia mayor o menor atractivo o reputación, toda vez que

algunas de ellas responden de tal forma a los embates del entorno y a su realidad de gestión que la sociedad en general encuentra muchas veces inaceptable su respuesta

En un estudio comparativo publicado por Fimbely Burstein (1990), los autores, contrariamente a la sabiduría convencional, concluyen que los trabajadores de empresas dentro de la industria de alta tecnología no son éticamente más tolerantes que sus colegas de otras industrias. En general, estos profesionales no están dispuestos a sobrellevar y violar reglas generales de seguridad y calidad que afecten al público consumidor.

Además, desaprueban algunas conductas cuestionables con más ímpetu que los empleados de otras industrias. Sin embargo, los trabajadores de empresas de alta tecnología sí son efectivamente más tolerantes cuando se trata de conductas éticas en relación con su propia industria o empresa, toda vez que existen códigos de ética informales que aprueban estos comportamientos.

Un tercer esquema de valores o marco de referencia ético para la toma de decisiones tiene que ver en particular con la cultura organizacional. Las empresas, como contexto social y laboral más restringido, cuentan con sistemas de valores implícitos y explícitos de características singulares, con frecuencia expresados de alguna manera en códigos de ética, conducta, responsabilidad social o conflicto de intereses. En la mayoría de estos códigos formales se ostentan las conductas esperadas de parte de empleados y directivos dentro de un alto nivel de cumplimiento de las leyes y las expectativas de los grupos de interés. En general, a los trabajadores se les prohíbe anteponer sus propios intereses a los de la empresa, no sólo en su interacción con los distintos actores de la cadena de suministro, sino en sus relaciones interpersonales dentro y fuera de los límites de la organización. De hecho, los directivos exitosos son valorados a menudo por colocar como primera prioridad su trabajo y empresa, incluso sobre sus responsabilidades y obligaciones personales, familiares y con la comunidad.

Otro importante marco de referencia ético es el código profesional y personal de conducta o sistema de valores individual, el cual se aborda con mayor profundidad en

otras secciones de esta obra. Baste decir en este momento que la percepción de lo bueno y lo malo, lo correcto e incorrecto, la verdad o falsedad, se convierten en elementos situacionales, relativos, cambiantes, inestables y dependientes de cada individuo (Fimbely Burstein, 1990).

Por último, no se puede pasar por alto el contexto específico en el que se toma la decisión como marco de referencia en dicho proceso. En concreto, la moralidad de las decisiones depende en gran medida de si las decisiones se toman en grupo o se pretende consensuar una serie de decisiones individuales (May, 1987). Se ha comprobado en diversos estudios que las posiciones individuales cambian de manera importante en la toma de decisiones colectiva, de tal manera que el grupo social en muchas ocasiones hace que el individuo se comporte de manera radicalmente diferente a lo que le dicta su código de conducta individual y privado.

En cuanto al aspecto psicológico del emprendedor, no hay que olvidar que la necesidad de logro es un motivador importante. Al menos en la sociedad occidental, fallar en una empresa tiene una connotación negativa que el emprendedor casi siempre busca evitar a toda costa. Además, si se agrega la presión de algunos de los grupos de interés, como los accionistas o el sindicato, el directivo tiene un dilema difícil de resolver cuando la conducta moral se contrapone en apariencia con el éxito en la gestión.

De acuerdo con publicaciones especializadas, diferentes autores e investigaciones empíricas han puesto en evidencia la relevancia de la toma de decisiones éticas del pequeño empresario respecto a dilemas relacionados con la cadena de suministro.

Lahdesmaki (2005) menciona seis áreas o temas de interés en donde pequeños empresarios consideran que existen espacios para dilemas éticos en la toma de decisiones; cuatro de ellas tiene que ver con la cadena de suministro.

En lo que se refiere a la selección de los proveedores, el autor argumenta que aun cuando los dilemas éticos en esta arena son numerosos y variados, el tema principal tiene que ver

con qué proveedor es seleccionado para determinada transacción comercial. La selección del proveedor puede relacionarse con la calidad y oportunidad de los insumos, así como con los precios y el servicio de venta y posventa. Sin embargo, en este mundo globalizado, la posibilidad de adquirir los insumos necesarios de parte de un proveedor regional o importarlos de otra región o país es en la práctica posible para muchas empresas e industrias, pero no deja de poseer un componente moral de solidaridad, así como una inversión estratégica en la mente del cliente local. Existen argumentos económicos de largo plazo para adquirir los insumos en la misma región geográfica del comprador que tienen que ver con el desarrollo y competitividad regional, pero el impacto económico a corto plazo no es del todo claro para muchos pequeños empresarios.

Otro aspecto importante es el de lograr conciliar la calidad de la producción con la carencia o escasez de recursos. La cadena de suministro tiene que ver con el punto anterior, y precisamente consiste en seleccionar un insumo de menor calidad con el propósito de ahorrar recursos económicos. Pero el dilema moral puede ser aún más complejo: a pesar de que en algunas industrias determinados insumos tienen establecidos criterios de calidad objetivos, en muchos casos la apreciación de lo que pueden ser los límites de la calidad requerida cae en los hombros del administrador. En este caso, la decisión se encuentra en el terreno de conciliar los intereses de dos grupos de interés en particular: los accionistas y los clientes.

Dicha decisión tiene efecto en el corto y en el largo plazos. Los pequeños empresarios entrevistados declararon que “buena calidad” debe ser congruente tanto desde el punto de vista económico como moral. Para algunos de ellos, producir y comercializar productos de calidad era incuestionable, por ser su obligación hacia el consumidor; el cliente tiene a su vez el derecho moral de esperar alta calidad en lo que adquiere. De esta manera, el emprendedor no necesariamente considera de manera explícita la dimensión ética de la calidad, sino que está implícita en las obligaciones morales del emprendedor; se define inclusive una virtud sobre la cual no tiene efecto la carencia temporal de recursos materiales, pero “por supuesto, hay situaciones cuando no es posible dar lo mejor de sí mismo. Es por la falta de tiempo cuando a veces se tiene que cortar un poco de camino”. (Lahdesmaki, 2005.)

Un tercer tema abordado por el estudio es la fijación de precios, el cual va más allá que un simple cálculo aritmético. Los dilemas fundamentales son los siguientes:

1. ¿Es correcto o no competir con un precio bajo?
2. Si el mercado me permite incrementar al costo sin agregar valor adicional, ¿Es moralmente correcto hacerlo?

Por supuesto, existen dimensiones financieras y de competencia que de alguna manera regulan el proceso de establecer precios de los productos y servicios, pero la decisión última con frecuencia cae en un área gris que puede permitir un resultado moralmente laxo. Por otra parte, el sentido común del emprendedor le evita caer en una competencia de precios, sobre todo por estar de alguna manera relacionada con aspectos de calidad. Un aspecto interesante del pequeño empresario es su actitud firme y decidida a no caer en prácticas cuestionables en la fijación de precios, pero, al mismo tiempo, no percibe que sus competidores piensen de igual manera. Sin embargo, para muchas industrias, una política y práctica estable y competitiva de precios es reflejo de la situación saludable de las empresas.

El último tema investigado con relación a la cadena de suministro de los pequeños empresarios es el contenido de la información dirigida al mercado. En el caso del emprendedor, sobre todo en la empresa emergente, uno de los aspectos más complejos de la gestión empresarial es el mercadeo de sus productos o servicios, proceso que comprende el producto, el precio, la promoción y la forma de distribuirlo. En particular, las publicaciones sobre el tema indican que los procesos de comercialización de la pequeña empresa difieren sustancialmente de los que manejan las grandes corporaciones. Como otros procesos de la gestión emprendedora, el mercadeo está a menudo determinado por las características y conductas del emprendedor, así como por el tamaño y el estado de evolución de la empresa en cuestión. Por otra parte, los recursos asignados a la comercialización son relativamente de menor magnitud que los destinados a la operación y generación de productos y servicios. Sin embargo, el emprendedor responsable comparte la idea de que no se tiene derecho moral a “empujar” al

consumidor para que adquiera un cierto producto a través de la publicidad y la promoción, sino dejar que tome su decisión basando su juicio en la calidad y otras características del mismo. Aun cuando el efecto que ejercen sus trabajadores y familia en la conducta del emprendedor queda fuera del alcance de esta sección, estos grupos de interés caen también dentro del sistema integral del proceso de toma de decisiones del emprendedor. Las conclusiones del análisis de la conducta ética del emprendedor, la cual afecta la interacción con su cadena de suministro.

Como ya se mencionó, el emprendedor tiene razones económicas y de negocio para promover un ambiente ético en su esfera de influencia. Por una parte, razones legales y estratégicas son un motivador importante. Asimismo, se presentan actitudes pragmáticas que conducen hacia una conducta ética: empleados que son tratados con respeto y dignidad tienden a ser más leales a su empresa y productivos en su trabajo; consumidores de países desarrollados prefieren productos y servicios de empresas que tratan a sus trabajadores con respeto y actúan de manera responsable con su entorno; los mejores empleados prefieren trabajar para una empresa con buena reputación moral. Por otra parte, algunas compañías van más allá de lo establecido legalmente o de las expectativas de la sociedad, y actúan en forma sobresaliente en el terreno moral. Hartman y col. (2005) proponen que estas corporaciones que se desvían positivamente de lo establecido poseen “imaginación moral”. Es decir, cuentan con la habilidad de entender el entorno o un problema en particular desde una gran diversidad de perspectivas que no necesariamente se contraponen, además de la capacidad de evaluar estas perspectivas desde un punto de vista moral. El ejercicio de esta imaginación moral hace que aumente la libertad de elegir, y lleva al individuo más allá de la influencia, las restricciones culturales y las posibilidades preestablecidas por los estándares correspondientes. Un elemento importante para el desarrollo de la imaginación moral (Werhane, 1999) tiene que ver con la capacidad del directivo o emprendedor de comprender y poder incorporar a su proceso de toma de decisiones: 1. El carácter, contexto, situación, evento y dilema ético de la situación en particular. 2. La conducta esperada y la función por desempeñar en ese contexto. 3. Posibles dilemas o conflictos morales que puedan surgir, sin olvidar los creados en parte por la conducta esperada o el papel por jugar. Asimismo, debe contar con las

competencias actitudes, habilidades, conocimientos para el ejercicio de una imaginación productiva, y llevar a cabo las acciones para poner en marcha sus opciones, por definición, radicales e insospechadas. Hartman y col. (2005) concluyen que todavía existen muchas preguntas por contestar en cuanto a la relación de los emprendedores y la conducta sobresaliente en la moralidad de la gestión de negocios: 1. ¿Por qué algunos emprendedores denotan un liderazgo visionario, en el ejercicio de su imaginación moral, y otros no lo manifiestan? ¿Está su conducta asociada con su carácter o personalidad? 2. ¿Hasta qué punto la presencia o ausencia de esta imaginación moral tiene relación con el éxito de sus negocios? 3. ¿Tienen todos los empresarios la obligación de ejercer su imaginación moral en beneficio de la sociedad?

La respuesta a estas interrogantes va más allá de una investigación científica: está localizada en el corazón y el espíritu de cada emprendedor, en la fuerza de su capacidad creadora, en su interés por romper con lo establecido para hacer aportaciones singulares y trascendentes a la sociedad en la que se desenvuelve, así como en su sensibilidad para comprender de manera legítima las prioridades y preocupaciones de los grupos de interés que puedan ser afectados por sus decisiones.

4.4 La responsabilidad social de ser competitivo

Por definición, la empresa tiene la finalidad de generar un rendimiento económico para sus inversionistas. De hecho, esta obligación es una responsabilidad moral respecto a este grupo de interés. Sin embargo, su responsabilidad total va más allá de buscar meramente objetivos financieros. Para Raimond-Kedilhac (1997, citado por Llano, 1998) existen siete grandes finalidades de toda empresa:

I. Producir bienes y servicios que satisfagan necesidades del medio socioeconómico. Esta finalidad se ha transformado en el lenguaje coloquial de la gestión de negocios, es decir, focalizar o centrar todas las actividades en el cliente o consumidor, anticiparse a sus necesidades y satisfacerlas más allá de sus expectativas de calidad y costo.

2. Generar valor económico agregado. Es decir, que los productos o servicios que venda una empresa mercantil tengan un valor económico superior al que se compra.

3. Establecer y cumplir de modo equilibrado y razonable los compromisos económicos con los elementos o factores que participan en la empresa, sin olvidar a los trabajadores, empleados, clientes, proveedores, inversionistas, entre otros. A estos factores de la actividad empresarial se les denomina grupos de interés o stakeholders. Cada uno de estos grupos de interés posee una expectativa específica de recibir algo por su contribución a la empresa: sueldo, salario, calidad, servicio, precios razonables, utilidades, entre otros.

4. Propiciar y mantener un ambiente donde los trabajadores y empleados se desarrollen individualmente y como comunidad social, permitiendo y estimulando en ellos motivaciones trascendentes. Al igual que con los otros grupos de interés, la obligación de la empresa hacia los trabajadores se extiende más allá de la retribución económica, inclusive, en este caso, ofrecerles o, por lo menos, prepararlos para un trabajo de por vida.

5. Generar auto continuidad de la empresa, que garantice su permanencia en el mercado. Esta finalidad se ha cuestionado en la época posmoderna, toda vez que el negocio de algunas empresas es precisamente maximizar el valor de la acción a través de fusiones, adquisiciones y divisiones de empresas. Planificar una vida efímera para la empresa es propio de algunas industrias, como la de extracción de minerales, pero en general el emprendedor responsable debe fortalecer a la economía a través de actividades empresariales más o menos permanentes.

6. Multiplicar oportunidades para que un mayor número de personas tenga acceso a ellas, es decir, dar preferencia al crecimiento que hay por incrementar oportunidades laborales, además del crecimiento de las ganancias y el acceso a los mercados. Una derivación de este problema es la proliferación de incubadoras de empresas que nacen para ser pequeñas, en contraposición con las aceleradoras de empresas, como Techba en Austin,

Texas, y el Silicon Valley, las cuales se orientan a fortalecer pequeñas empresas para que crezcan y se desarrollen en todos los aspectos.

7. Responsabilizarse del efecto en la ecología y las consecuencias secundarias negativas de la empresa y propiciar efectos positivos. Este ángulo de la responsabilidad social es común en los grandes conglomerados cuya actividad mercantil y de transformación daña directamente el ambiente; la empresa The Home Depot promueve programas de reforestación y conservación de las reservas madereras, toda vez que uno de sus productos principales son derivados de este recurso natural.

Aislando este ángulo de la responsabilidad empresarial, el propósito del directivo se reduciría a maximizar el valor económico de los resultados, minimizando el costo de los insumos utilizados para obtenerlos. En un nivel superior, se debe incluir no sólo el costo de los insumos, sino el valor de los daños colaterales. Dicho de otra manera, las empresas calculan a menudo los costos y beneficios anticipados sólo en cuanto a su empresa, en tanto que los legisladores, planificadores sociales y otros grupos de interés utilizan el análisis costo-beneficio para cuantificar tanto los costos como los beneficios para todos los afectados, dentro y fuera de la empresa (Boatstright, 1997).

En la práctica, el análisis costo-beneficio ha sido criticado desde muchos puntos de vista, pero el más importante tiene que ver con el hecho de que no todos los costos o beneficios pueden cuantificarse en términos monetarios. El valor de un puesto de trabajo, por ejemplo, puede cuantificarse evidentemente en términos económicos, pero si se le agregan algunos elementos asociados a las condiciones laborales, como el ruido o la temperatura, es imposible cuantificarlo en la práctica. Además, como sugiere Boatstright (1997), el mercado atribuye valor a los bienes y servicios más allá del valor económico nominal, tomando en cuenta factores como la oportunidad de obtener el producto, el potencial de ser reemplazado por un sustituto o el valor emocional de un objeto precioso o de colección. Es difícil cuantificar algunos otros costos, como la vida humana en el caso de un trasplante de órganos o los costos de desarrollo de un medicamento.

De igual manera, la perspectiva económica de cualquier actividad empresarial, aunque indispensable, lleva a un reduccionismo fuera de la realidad actual. Los planteamientos de Fukuyama (1995) sostienen que la actividad económica incorpora en gran medida interacciones sociales y está unida por normas, pautas, obligaciones morales y hábitos que dan forma a la sociedad. Asimismo, los actores económicos se apoyan en forma recíproca al considerarse parte de una comunidad basada en la confianza. Para parafrasear a este autor, si la riqueza de la sociedad actual se basa en el capital humano, la técnica, la innovación y todo aquello relacionado con la calidad del trabajo, y no en la cantidad del mismo, es imperativo que se incorpore formal y conscientemente todo el talento necesario disponible que permita maximizar la calidad de los procesos: los individuos que garantizan la práctica de los mismos.

Fukuyama (1995) asegura que el ser humano demanda pautas y normas para relacionarse con otros, mismas que el diseño del trabajo debe incorporar. Por otra parte, en su discurso sobre el “capital social”, afirma que la confianza requerida para la efectividad de los procesos sociales está basada en la capacidad de los individuos de trabajar juntos, misma que difiere de una cultura a otra. Esta sociabilidad espontánea, expresa, requiere habituarse a normas morales de una comunidad, virtudes como lealtad y honestidad, y se trasmite por mecanismos culturales, por lo que este proceso no se da con la misma facilidad en las distintas sociedades. Para este autor el origen del dilema y su solución no pueden estar más claras: no existe actividad económica que no exija la cooperación social entre los seres humanos, lo cual es la esencia del capital social, es decir, la capacidad de los individuos de trabajar junto a otros buscando objetivos comunes. Por lo tanto, la empresa, en la figura del emprendedor o directivo, tiene la responsabilidad social de agregar valor en términos financieros, pero debe hacerlo circunscrito al marco de sus otras finalidades y grupos de interés.

Ahora bien, si esta actividad demanda en un momento dado sacrificar los beneficios tangibles del negocio por otros meramente intangibles, es sensato recordar que la ética en los negocios no es simplemente escoger entre el bien y el mal, por complejo que resulte, sino tomar una dirección que complazca a distintos grupos de interés, incorporando a la

decisión elementos que no sólo compiten entre sí, sino que con frecuencia entran en conflicto uno con otro (Simms, 2006).

Un enfoque de interés para este análisis se basa en que algunos hombres de negocios argumentan que existe una relación directa entre la ética y los negocios, de tal manera que, siguiendo los principios éticos, se obtendrán resultados favorables de negocio. Por ejemplo, si la empresa comercializa productos de alta calidad y seguros, reducirá el riesgo y el costo de demandas de los consumidores; el buen trato hacia los empleados elevará la moral de los mismos y serán productivos y eficientes (Hartley, 1993).

Sin embargo, esto es básicamente cierto a largo plazo, y muchos negocios demandan un tipo de gestión que les dé resultados en el corto plazo. Algunas prácticas morales ni siquiera serán redituables a largo plazo, como dejar de reemplazar trabajadores ineficientes por otros más jóvenes y productivos. Finalmente, el círculo virtuoso entre ética y utilidades depende de factores externos como el mercado o la situación política o económica. Fisher (2005) propone otro ángulo del mismo enfoque en donde afirma que un buen negocio conduce a una conducta ética favorable, es decir, la razón última de los negocios de generar riqueza los llevará con el tiempo a convertirse en una empresa moralmente responsable, para seguir manteniendo ese estado. Al elevar estos enfoques a otros niveles, es posible hablar de la ética como ventaja competitiva de una economía o de una nación (Donaldson, 2001), tomando como plataforma las siguientes aseveraciones:

- La conducta moral crea ventajas económicas a las naciones al ir más allá de la noción idealizada de la competitividad en el mercado global.
- Para que la ética trascienda como ventaja competitiva, los conceptos morales deben aplicarse hasta que se conviertan en un valor intrínseco para todos.
- Si existe realmente esta correlación entre la ética y la competitividad de las naciones, es imperativo que las distintas economías pongan mayor atención a la educación moral de sus ciudadanos. La tarea para los dirigentes de una nación en cuanto a elevar la competitividad de la economía a través del fortalecimiento de una cultura de valores morales es ardua y llena de sinsabores.

Donaldson (2001) propone una lista no exhaustiva de acciones para ese propósito:

- Acciones que conduzcan a sentar una plataforma de respeto a la propiedad intelectual, que con el tiempo atraen inversionistas y emprendedores al sentirse protegidos y amparados por la legislación. Para tener éxito, esto último es indispensable pero no suficiente, hasta que las fuerzas del mercado, fortalecido en valores morales, logre erradicar la “piratería”.
- Asegurar la libre competencia de mercado y evitar los monopolios, articulando la legislación y las prácticas comerciales para construir un mercado atractivo de capitales.
- Instituir mecanismos para evitar las prácticas de nepotismo y “capitalismo basado en influencia”, de tal manera que las posibilidades de invertir y participar en los mercados de bienes y servicios no esté delimitado a “favoritos” y cimentado en un tráfico de influencias.
- Asegurar un nivel adecuado de la participación e intervención del gobierno en la economía, como un jugador más y con funciones definidas y delimitadas para garantizar un sistema de mercado ágil y libre, pero con obligaciones fiscales y tributarias.
- Proveer información confiable para los mercados y las transacciones comerciales, sin olvidar la transparencia de la información de las instituciones clave de gobierno.
- Erradicar la corrupción y el soborno, toda vez que estas prácticas conducen a distorsionar los mercados al asignar recursos que no coadyuvan con la calidad y la productividad, al favorecer intereses de los involucrados.

Criterios de evaluación:

No	Concepto	Porcentaje
1	Trabajos Escritos	10%
2	Actividades web escolar	20%
3	Actividades Áulicas	20%
4	Examen	50%
Total de Criterios de evaluación		100%

Bibliografía básica y complementaria:

- Fischer, Laura y Espejo Jorge. (2017). Mercadotecnia. Ciudad de México: Mcgraw Hill.
- Santesmases, Miguel. (2016). Fundamentos de mercadotecnia. Ciudad de México: Grupo editoria patria.
- Pineda, Eduardo. (2007). Ética en las organizaciones. Ciudad de México: Mcgraw Hill
- Rivera, Hugo. (2011). La organización: Los stakeholders y la responsabilidad social. Bogotá, Colombia. Universidad del Rosario

Linkografía

- Fundamentos de mercadotecnia. Miguel Santesmases Mestre
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/vallemexicosp/reader.action?docID=3227310&query=mercadotecnia>

- Introducción a la mercadotecnia. Alberto Sangri
Colra<http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074380019.pdf>
- http://fcaenlinea.l.unam.mx/anexos/1143/1143_u7.pdf
- http://www.urosario.edu.co/urosario_files/a0/a019d4bc-3670-4966-881c-ccaabf47d85c.pdf