

Un razonamiento ético para humanizar la empresa

Mario Moreno Parra *

La empresas que se conducen éticamente, son las que terminan siendo competitivas

Adela Cortina

Hablar de una ética para la empresa es un razonamiento moral que para muchos empresarios e inversionistas es un tema que debe centrar su interés en la sola cuestión de la responsabilidad, para lograr una mayor eficiencia y productividad en sus negocios, por encima de los intereses de los trabajadores y de la misma comunidad. Es decir, el reconocimiento de una ética utilitarista que les avale sus pretensiones e intereses a la hora de hablar de ganancias éticamente permitidas en la cultura capitalista; herencia histórica del medioevo cuando se afirmaba que «*las ganancias son ganancias no importa cuál sea su origen...*»

Sin embargo, y por fortuna, este enfoque instrumentalista de la empresa tiene hoy sus más férreos adversarios que desde la academia, las comunidades ético - empresariales, y algunos gremios, reflexionan sobre el deber ser de la empresa en una sociedad moderna. Un deber - ser que se opone al viejo lema capitalista que afirma que: *el fin justifica los medios*, para asumir la verdadera cosmovisión de la empresa reconocida como célula de la sociedad que satisface necesidades humanas a partir de la inversión de un capital, y cuya función social no sólo es prestar un servicio sino además, contribuir al me-

joramiento de la calidad de vida de los trabajadores, la comunidad y al desarrollo social.

El nuevo enfoque del mundo empresarial parte de la base de la urgente necesidad de integrar una cultura ética cívica (como aproximación a la ética ciudadana o ética dialógica) a la vida de la empresa, pretendiendo humanizar, tanto la toma de decisiones como las mismas relaciones de los miembros del grupo empresarial, desde los trabajadores y los directivos hasta los propios usuarios de sus servicios; cultura ésta, que no va en contravía de una pretensión racional humana de lograr ganancias, por el contrario, direcciona el cómo lograr que todos ganen, empresarios, trabajadores, usuarios del servicio y la misma comunidad donde lo humano y lo social sean la base o el motor para alcanzar la verdadera excelencia de la empresa.

La naturaleza y los alcances de la propuesta teórica de una ética para la empresa como cultura de vida, la ha venido promoviendo como una opción práctica, entre otros, la española Adela Cortina quien considera que... «*la ética de la empresa es un tipo de saber que ayuda a quienes trabajan en la empresa, a tomar decisiones prudentes y justas fundamentadas en valores morales*». (c/f : Adela Cortina y Jesús Conill « Democracia Participativa y Sociedad Civil... pg 40).

Esos valores morales son entendidos y asumidos como virtudes concretas producto

de las relaciones interpersonales, como justicia, responsabilidad, tolerancia, solidaridad, entre otros, y que pueden ser propios y vivenciados por cada una de las personas, independientemente de su condición social, jerarquía, raza, credo o ideología.

Esta estructura axiológica está representada en la llamada ética cívica (concepto que nos hemos atre-

* Filósofo - Magister en ciencias de la educación superior.

vido a aproximar a una ética para ciudadanos), una opción moral que data de los comienzos de la Edad Moderna y que invita a la convivencia armónica y civilizada a partir de unos mínimos acuerdos morales. Es una ética racional, y compartida por todos los ciudadanos ;en ella convergen diversas cosmovisiones éticas, pero se reducen al cumplimiento de unos cuantos principios morales elementales, comúnmente aceptados como normas para el entendimiento y la vida civilizada.

No es una ética impuesta, sino concertada por la vía de la racionalidad comunicativa, donde el don de la palabra es la esencia de la cultura dialógica para la concertación y los acuerdos, que representan los intereses colectivos de la empresa. Así, que quienes comparten la vida en la empresa comparten, además, los criterios morales que se han acordado y son reconocidos como las virtudes concretas que hacen de una empresa un verdadero hábitat humano para el trabajo y la producción. La justicia es justicia desde los dictámenes de la razón comunicativa ; quiere decir ésto, que lo mismo que entiende un directivo por justicia, equidad, respeto, responsabilidad, lo entiende en la misma forma el trabajador, desde su más mínimo rango hasta el más alto cargo.

Cuando en una empresa sus miembros consolidan un ambiente humano, cálido, digno, de respeto, justicia y voluntad de servicio, y cuando en ella es muy importante el factor humano, disminuye el riesgo del conflicto, y se fortalece la relación hombre -producción, contribuyendo así a mejorar los niveles de rentabilidad económica y en consecuencia de una rentabilidad social ; económica en el sentido de las utilidades, y social en el sentido de la ganancia en el recurso humano que se siente reconocido como miembro importante y decisivo para la empresa.

Una empresa moralmente definida (en el contexto de la ética cívica), con sentido altruista en su relación interna y externa (con el usuario) genera confianza, una confianza argumentada por la calidad del servicio, por el don de gentes que identifican a sus empleados. Las empresas con estas características se vuelven más competitivas y perdurables en el

mercado,». *las empresas que se conducen éticamente son las que terminan siendo competitivas. Entonces una empresa es competitiva cuando puede generar beneficio suficiente para permanecer en el mercado a largo plazo, porque el interés principal de la empresa es fundamentalmente la durabilidad y no tanto la idea del negocio, de hacer dinero rápido aunque después haya que cerrar la empresa. Esta no es una idea de empresa, es la de un negocio rápido* « (c/f Adela Cortina y otro op.cit, pg,28)

Esta relación ética cívica - empresa, muy probablemente presenta resistencia en aquellos sectores más instrumentales de la economía cuya concepción de la empresa es la de lograr el máximo beneficio con un manejo organizacional de la empresa sincronizado, de tal forma, que prime un sistema mecánico por encima del sistema social y humano de la empresa. Bajo este enfoque mecanicista e instrumental el culto a la ganancia exclusivamente económica es el fin, lo humano y social es el medio.

Esta visión es obviamente una concepción del enfoque de la *ingeniería* de la empresa que se basa en un instrumentalismo racional cuando de ganar se trata y centra toda su atención en los medios logísticos para lograr el rodaje de una estructura mecánica del recurso humano camino al «éxito », sin tener en cuenta acuerdos, consensos, posibilidades, y expectativas que demanda ese recurso humano.

Una razonamiento moral nos debe llevar a la reflexión sobre la necesidad de promover y divulgar un enfoque de empresa desde la ética cívica, de una ética aplicada y compartida, donde el capital social y humano: inversionistas, usuarios y trabajadores, así como el entorno y la comunidad, sean el fin de la dinámica de la empresa y la economía. Este razonamiento moral asumido desde la reflexión de esa ética cívica nos debe acercar sencillamente a humanizar las relaciones sociales y de convivencia de la empresa en aras de hacer de ella un ambiente agradable, fundamentado en valores prácticos, vivenciales, donde el verdadero sentido de pertenencia y altruismo se materialicen en los procesos de interacción y

producción, que de hecho repercuten en la rentabilidad no sólo económica sino también en rentabilidad social, como lo debe ser en una empresa verdaderamente humana.

La ética cívica para la empresa, no debe centrarse, ni es tampoco, un simple decálogo de normas dictadas desde los altos cargos ; no es una ética de la dictadura, ni una estructura deontológica para ser memorizada por los miembros de una organización empresarial, tampoco es la ética tradicional individualista de la que se jactan algunos hombres de negocios que avalan y reconocen la usura como «bueno», son complacientes con la plusvalía humana y con los despidos masivos de sus trabajadores, sin tenerse en cuenta las alternativas humanas, no, es más que eso, es una nueva cultura de filosofía de la vida empresarial que exige compromisos de todos, desde el más modesto trabajador, hasta el funcionario más representativo, basados en el principio de la responsabilidad social, que implica dar todo de sí mismo para el bien corporativo. El llamado ético desde lo cívico no debe ser sólo para directivos, ni exclusivo de quienes estén bajo sus mandos, es un llamado que compromete todo el tejido humano de la estructura de la empresa.

Esto implica obviamente un cambio de mentalidad, un proceso de sensibilización que debe emerger, tanto desde los modelos de actitud de quienes dirigen y orientan la empresa, así como de todos los miembros que componen la base de la producción. Mi percepción de justicia, de honestidad, responsabilidad, respeto hacia el otro, debe ser una concepción compartida, racionalmente aceptada, reflexionada desde los derechos universales del hombre, y de esta forma se garantiza un reconocimiento objetivo de los valores prácticos para la empresa. No es la justicia para mí o para usted, según como la veamos, desde nuestros propios intereses o dogmas, es un concepto de justicia terrenal medible y aplicable en nuestras relaciones interpersonales y de una validez compartida a partir de los dictámenes de la racionalidad comunicativa.

Las empresas que se dinamizan sobre una base axiológica de valores prácticos, objetivos, que se comportan como cultura de vida, son las empresas que auguran éxito, son competitivas, generan confianza, no una confianza meramente instrumental, sino una confianza racional comunicativa que hace que el grupo humano crezca, porque el diálogo y la concertación están allí presentes para el acercamiento y la convivencia.

Como ya lo expuse en uno de mis escritos sobre la confianza, la confianza argumentada, expresada en un grupo social es el puente para el reconocimiento de las normas y valores. Y allí donde hay confianza, hay credibilidad, y donde existe la credibilidad se dan las opciones para el reconocimiento y aceptación de aquellos valores comunes y esenciales que conforman una moral social, una moral concertada racionalmente donde se reivindicuen aquellos valores como libertad, altruismo, solidaridad, justicia, respeto y responsabilidad, entre otros.

Es pues, muy importante, apostarle a la empresa replanteada desde un razonamiento moral que asuma los principios de la ética cívica, ya que el humanizar las relaciones de vida de la empresa, contrarresta la corrupción, logra la eficiencia, alcanza la competitividad, y lo que es más importante, reconoce al trabajador no como una cosa productora sino como una persona que aporta al desarrollo social.

Bibliografía

- CORTINA, Adela y Otro. Democracia Participativa y Sociedad Civil. Una ética empresarial. Ed. Siglo del Hombre Editores, Bogotá 1998.
- CORTINA, Adela. Ética de la Empresa. Ed. Trotta, S.A. Madrid, 1994
- HABERMAS, J. Escritos sobre Moralidad y Eficacia. Ed. Paidós, México.
- MORENO, Mario y otros. La Confianza un valor para crecer. En : Argumentos y Documentos, V. 2. Facultad de Contaduría Pública- Universidad de Manizales. 2001.