

Recibido: 03.11.04
Aceptado: 14.12.04

Ética empresarial: ¿Hasta dónde hemos llegado? Una perspectiva europea*

Autor: Henk van Luijk
Ámsterdam, Holanda

Resumen

La ética empresarial en su forma actual existe como materia de interés teórico y práctico desde hace veinte años. Durante este período de tiempo, esta disciplina ha conocido unos avances que se pueden presentar de manera apropiada en fases sucesivas. Pero podemos preguntarnos, ¿cuáles han sido estos avances?, ¿a qué fases nos referimos?, ¿las podemos reconstruir para reproducir las situaciones reales, los logros, las posibles lagunas, y los consiguientes requisitos que participan en este proceso? Estas son las preguntas que nos van a servir de guía. Después de haber sido testigo de estos avances, sobre todo en Europa, el Viejo Continente me ha servido como mapa para realizar mis investigaciones, utilizando los Estados Unidos alguna que otra vez como escenario clarificador de fondo.

* Una versión previa de este texto se ha presentado en la XVII Conferencia Anual de la Red Europea sobre Ética Empresarial (EBEN), - Enschede, Holanda, junio de 2004-, y en el Tercer Congreso Mundial de la Sociedad Internacional de Empresas, Economía y Ética (ISBEE)- Melbourne, Australia, julio de 2004-.

Palabras clave: Ética Empresarial, Responsabilidad Social Corporativa, Desarrollo de la Ética Empresarial en Europa.

Abstract

As a field of theoretical and practical interest, business ethics in its present form exists since about twenty five years. During that period, it has known developments that can aptly be presented as successive phases. Which developments, which phases? Can we reconstruct them in such a way that we get hold of the actual situations, and of the achievements, eventual lacunae, and the subsequent requirements implied in them? Those are the questions that I take as a lead. Having witnessed the developments primarily on the European scene, it is the Old Continent, first and foremost, that will provide me with a map for my search, the United States serving occasionally as a clarifying background.

Key words: Business Ethics, Corporate Social Responsibility, Rise of Business Ethics in Europe.

El aumento de interés sobre la ética empresarial en Europa

A mediados de los años 70 del siglo XX, la ética empresarial apareció como fenómeno bien diferenciado en las universidades y escuelas de negocio de los EEUU, surgiendo en instituciones similares europeas algunos años más tarde. Esto no representó un fenómeno totalmente nuevo. Durante décadas ya nos habíamos ocupado de los deberes morales, sobre todo, en los empresarios cristianos. Incluso podríamos decir que este tipo de debates morales se han entablado, más que durante décadas, durante siglos. Lo que ha cambiado en el último tercio del Siglo XX es el tono del discurso, ya que se ha transformado en un lenguaje más corporativo. El trasfondo normativo casi dejó de emplearse. Las personas continuaban preguntándose de manera explícita qué les parecía decente, cuestionable o abiertamente reprochable en las relaciones empresariales. Pero los argumentos y la cuidadosa consideración de principios e intereses reemplazaron a los veredictos masivos y, cuando aparecía un caso práctico, la sentencia definitiva no se daba por anticipado.

Resulta importante poner de manifiesto que, a principio de los años 80, la ética empresarial – al menos en Europa – surgió como una materia *académica*. Esto implicaba un doble problema. Antes de ocuparnos de este punto, me gustaría investigar sobre las fuentes responsables del creciente interés en esta materia.

Las fuentes han sido diversas en su fuerza y naturaleza. En aquella época, la nota dominante era la generalizada actitud pública negativa hacia las empresas. Siguiendo este sentimiento extendido entre la población, se consideraba que el ‘estar en una

empresa' era algo poco original, superficial o abiertamente sospechoso. La verdadera vida tenía que buscarse fuera de la empresa. Los críticos sociales atacaban las instituciones políticas y burocráticas además de las empresas, pero éstas últimas eran vistas como cómplices poderosos, crueles e inaccesibles de los "enemigos de la gente corriente". Los reproches morales eran parte de unos sentimientos hostiles generalizados hacia las personas que se encontraban en el poder y, por lo tanto, estos reproches y hostilidades también formaban parte de una de las fuentes de atención de la ética empresarial. Sin duda alguna, era una fuente poderosa, aunque no muy constructiva.

Otra de las fuentes tenía una naturaleza totalmente diferente. Surgió dentro de la ética o filosofía moral, como una materia académica. Esta fuente era paralela al 'cambio lingüístico' que tuvo lugar en la filosofía Occidental alrededor de la mitad del siglo XX, y atrajo la atención de los filósofos hacia el análisis y uso del lenguaje. Los encargados del estudio de la ética se mostraron durante dos generaciones especialmente activos para averiguar las respuestas a meta preguntas como, por ejemplo: ¿qué tipo de declaraciones se pueden considerar como declaraciones éticas? Cuando decimos: "la competencia despiadada es moralmente reprochable", ¿es una declaración que expresa un hecho que puede ser verificado? ¿es la expresión de una reacción emocional, como cuando digo: ¿competencia despiadada? ¡Qué miedo!, o ¿es una sugerencia para no participar en ese tipo de cosas, o incluso una interdicción? Pero podemos ir incluso más allá: ¿son las declaraciones morales *verdaderas* o *falsas*, o son únicamente *correctas* o *equivocadas*? En general, la ética se convierte en una discusión sobre la misma ética.

Las disputas inter-académicas surgieron para desaparecer paulatinamente, dejando atrás una estampa de personas afilando los cuchillos pero sin jamón que cortar sobre la mesa. La vuelta a la práctica estaba a punto de surgir, ya que se tratan graves problemas que se presentan en la vida pública y que precisan unas reflexiones éticas explícitas. ¿Existe una justificación moral para el aborto o la eutanasia? ¿Podemos utilizar recursos no renovables en perjuicio de las futuras generaciones y, con ello, contaminar el medio ambiente? ¿Es la fuerza nuclear disuasoria moralmente legítima en alguna ocasión? Se esperaba que los estudiosos en cuestiones éticas pudieran, al menos, contribuir al debate público planteado con estas preguntas para ofrecer respuestas decisivas.

En esta vuelta a la ética práctica y aplicada (Edel, Flower & O'Connor 1994) la ética empresarial surgió como un campo especial de atención y experiencia. Siguiendo la misma línea de los sentimientos negativos hacia la empresa que ya comentamos anteriormente, los escándalos y las malas prácticas fueron los asuntos que más llamaron la atención en un primer momento: las relaciones comerciales con el régimen discriminatorio de Sudáfrica, los bonos basura en los mercados de valores, el sector del automóvil con productos considerados "inseguros a cualquier velocidad". Pero pronto quedó claro que esta materia contaba con algo más que con escándalos

que ocupaban los titulares de las noticias. De igual importancia eran las situaciones cotidianas que existían dentro de las corporaciones relacionadas con las condiciones laborales, la posibilidad de realizar una carrera profesional en las empresas, los servicios al cliente, la información proporcionada a los accionistas, y los temas medioambientales. Estos asuntos también precisaban un escrutinio moral. Y, en consecuencia, se amplió el campo de la ética empresarial.

Y aquí surge la doble problemática a la que me refería anteriormente. Dado el origen académico de las actividades llevadas a cabo en este campo, los estudiosos de la ética empresarial tuvieron que enfrentarse a un doble impedimento en sus primeros momentos: los provenientes del mundo empresarial y también los del entorno académico. En ambos casos surgió la misma pregunta: ‘Estos expertos auto proclamados, ¿saben de lo que están hablando?’ Desde el punto de vista empresarial, la pregunta se entendía suficientemente ya que, en un principio, la contribución de la ética empresarial consistía en la aplicación directa de instrumentos no específicos de análisis éticos a contextos y casos corporativos muy específicos. Muy pronto comenzaron a aparecer espacios vacíos conceptuales y semánticos en donde los estudiosos de la ética empresarial tenían algo que ofrecer y que los representantes corporativos estaban preparados a reconocer como algo que podía merecer la pena esclarecer.

Desde el entorno académico, las sospechas seguían siendo la nota predominante, incluso en un doble sentido. Una parte de estas sospechas se encontraba relacionada con los vestigios de los sentimientos negativos vinculados con las actividades empresariales que, durante una o dos décadas, habían predominado en la conciencia pública. La rama crítica de nuestros compañeros universitarios que trabajaban en los campos de la filosofía moral y social, consideraba a los estudiosos de la ética empresarial como desertores, un grupo que colaboraba a escondidas con “el mercado” y su conservadurismo social innato, y que hacían estudios de poca monta. Parece una caricatura realizada con firmeza.

Este reproche político se vio corroborado por objeciones de naturaleza más académica: el reproche que comenta que la ética empresarial no añadía nada valioso al cuerpo de conocimiento filosófico existente. La objeción surgió principalmente en países germano parlantes en donde, desde hacía tiempo, el interés en la ética había tomado normalmente la forma de “ética fundamental” y de consideraciones relacionadas con las bases metafísicas de las declaraciones éticas. Comparadas con este punto de vista, las primeras contribuciones de la ética empresarial fueron consideradas como demasiado orientadas hacia la práctica y, desde un punto de vista teórico, muy ligeras de contenido. Se pudo apreciar un cambio desde la “ética empresarial” (Betriebsethik) a la “ética económica” (Wirtschaftsethik) hasta el punto de que la ética empresarial en regiones germano parlantes tuvo que ajustarse a los requisitos académicos imperantes (Homann, Ulrich) y, al hacerlo, estaba aumentando su consideración académica. Las cuestiones sobre la relación y la jerarquía existentes entre la “racionalidad ética” y la “racionalidad económica” comenzaron a predominar, en

detrimento de los dilemas empresariales cotidianos y, al mismo tiempo, aumentó la distancia existente entre la ética empresarial académica y las prácticas corporativas (van Luijk 1999). Esto suponía una situación complicada para una joven rama de la ética aplicada. ¿Pudo sobrevivir esta juventud?

Sí que superó esta etapa inicial, de la misma manera que los jóvenes logran adquirir una identidad propia, permaneciendo de manera obstinada en un camino determinado y adaptándose con destreza a las circunstancias.

La adquisición de una identidad era un proceso irregular para la ética empresarial bajo la batuta de un método bien probado. No contentos con provocar declaraciones sobre la responsabilidad de las corporaciones, los estudiosos de la ética empresarial exploraron, uno a uno, los problemáticos temas dentro de las prácticas empresariales cotidianas. Algunos asuntos se presentaban como candidatos naturales para el escrutinio moral: los derechos de los trabajadores, las condiciones laborales, la protección del medio ambiente. Otros se vinculaban a acontecimientos especiales, con frecuencia de dudosa naturaleza, como los casos relacionados con el comercio interno o los fallos evidentes en las relaciones comerciales internacionales. Otros temas permanecieron durante mucho tiempo fuera del alcance de la atención ética debido a su naturaleza técnica. Debieron pasar casi veinte años antes que los estudiosos de la materia se atrevieron a acceder a la ética financiera (Boatright 1999), aunque aún resultaban extraños los estudios sobre las leyes de la competencia limpia y los derechos morales y obligaciones de los competidores. Pero, poco a poco, los estudios sobre ética empresarial, comenzaron a ganar precisión. Se perfilaron más áreas y se desarrollaron más teorías concomitantes de rango medio. Esta rama de la ética comenzó a tener una verdadera identidad.

El método del caso sirvió de gran ayuda. Los estudiantes utilizaban ‘casos’, sobre todo situaciones empresariales de la vida diaria y, a veces, ejemplos ficticios, repletos de malas prácticas, para encontrar soluciones bien razonadas. Y no sólo ‘una solución única’, sino buenos argumentos cuando el caso contenía elementos que merecerían un escrutinio moral y, si esto era posible, consideraciones en favor de ciertas decisiones y, al mismo tiempo, ofrecer la misma atención a las contra-argumentaciones posibles, teniendo en cuenta los derechos e intereses de *todas* las partes interesadas.

El tratamiento de situaciones prácticas de forma moralmente elaborada puede resultar un proceso muy esclarecedor. Las personas mejoran su actitud de alerta y su competencia hacia cuestiones morales. Desarrollan una solidez en asuntos morales y no se retiran nerviosamente cuando se enfrentan a dilemas de este tipo. Reconocen que los problemas morales se pueden discutir de forma realista, y se puede esperar que una persona madura – incluso una persona corporativa madura – posea una voluntad y competencia para ofrecer argumentaciones, y no sólo opiniones.

Es verdad que los debates sobre casos tienen lugar en entornos protegidos dentro de las aulas, sin la carga de responsabilidad real sobre los hombros de las personas que participan en los debates. Pero, un día, los estudiantes van a finalizar los cursos y

van a comenzar a trabajar y, de vez en cuando, van a acordarse de lo que vieron en las clases y se lo van a contar a sus colegas. Por esta razón, la pregunta “¿cómo hacer dinero sin vender tus principios” se va a convertir en una pregunta justificada también fuera de la escuela de negocios. Poco a poco, el entorno empresarial descubrió que algo estaba sucediendo en relación con la ética empresarial. El casi eufórico compromiso de la primera generación de estudiosos de la ética empresarial comenzó a penetrar en el mundo real.

Desde las aulas a las salas de ejecutivos y desde los casos a los códigos

Esta transformación no ha sido un proceso tranquilo. A finales de los años 80, un grupo de profesores universitarios de toda Europa establecieron una Red Europea sobre Ética Empresaria (European Business Ethics Network, EBEN), en donde se invitó a algunos líderes empresariales con experiencia para que participaran como Asesores. Uno de estos asesores fue un antiguo consejero delegado italiano. Al contrario de lo que se esperaba, esta persona resultó ser muy poco habladora. De hecho, durante las primeras reuniones, su contribución se limitó a una sola pregunta: ‘¿cuáles son los bienes que venden?’ Los académicos que se encontraban presentes se mostraron incómodos con esta cuestión, ya que esperaban oír que los ejecutivos también reconocían la ética empresarial como un asunto de importancia. Cuando entendieron la importancia de la pregunta, fue cuando pudieron realizar algunos progresos.

La demanda de bienes a la venta estaba creciendo con lentitud, y las preguntas prácticas se hacían cada vez más precisas. ¿Cómo se convierte una actuación con integridad en un elemento esencial dentro de las principales actividades comerciales de una corporación? ¿cómo se pueden medir los resultados? ¿Se puede adquirir y mejorar la competencia moral? ¿Cómo se combina la transparencia con la competencia, la ética y la rentabilidad? ¿Tiene sentido establecer un “código de la compañía”? ¿Qué se debería incluir en él y cómo se podría mantener vigente? ¿Tienen alguna función las auditorías éticas y los informes anuales? ¿Es la “gestión ética” o la “gestión de la integridad” sólo una mezcla de gestión de riesgo y reputación? Si es así, ¿es eso bueno o, por lo contrario, es una desventaja? Las experiencias diarias dictaron el programa que se siguió, y la ética empresarial se convirtió en algo operativo.

Como respuesta a estas preguntas, aparecieron productos en el mercado, bienes a la venta de diferente naturaleza y utilidad, pero creados como un intento de poner carne alrededor del hueso de la conducta ética. Aparecieron sistemas de valoración creados, por ejemplo, para medir el rendimiento social de una corporación, y para colocarlos en un puesto dentro de una lista de compañías con operaciones responsables. Las corporaciones pueden desarrollar dichos sistemas por sí mismas, para servirles de orientación en su política corporativa y como base para la elaboración de informes externos. Pero, a menudo, terceras partes desarrollan sistemas de valoración para beneficio de los inversores que preguntan: si, como inversor individual o

institucional, deseo invertir mi dinero de forma responsablemente moral, ¿qué cualidades debería investigar y qué fondos o compañías debería elegir?

También existen instrumentos de diferente naturaleza para mejorar la competencia moral de gestores y trabajadores y, a veces, dirigidos también a los supervisores: la ‘formación en dilemas’, las discusiones de casos dentro de la empresa, o los ejercicios para asesoría moral. Pero, con diferencia, el dispositivo operativo aplicado con mayor frecuencia es el código, ya sea el código de la compañía, el código de la filial, o el código profesional.

Muchas cosas pueden ir mal con los códigos como, por ejemplo, que diferentes grupos dentro de la organización puedan mantenerse al margen durante el diseño del código. El mismo código consiste exclusivamente en fórmulas conductuales y prohibiciones, cosas que se pueden y no se pueden hacer, sin estar conectadas con los valores básicos. Por lo tanto, se pierde su poder inspirador. La implementación del código se ignora, lo que lleva a los ejecutivos a olvidarse de sus papeles y obligaciones ejemplarizadoras, viendo el código únicamente como un instrumento de relaciones públicas. Cada posibilidad en sí misma es suficiente para que todo el proceso falle. Pero si se ha trabajado seriamente en el diseño del código y se ha logrado mantenerlo activo, una organización puede contar con una poderosa herramienta para delinear sus límites éticos.

En resumidas cuentas: después del período académico inicial, la ética empresarial ha pasado de casos a códigos, de las aulas a las salas de ejecutivos, y ha entrado en una nueva fase, marcada por logros, escollos y lagunas.

Logros, escollos y lagunas

Los logros son de naturaleza teórica, además de práctica.

Los logros teóricos se pueden subdividir en consideraciones fundamentales, especificaciones ligadas al área, y teorías de rango medio.

Las ‘consideraciones fundamentales’ se encuentran primordialmente en el punto medio entre la filosofía, la ética y la economía. Los autores germano parlantes a los que me referí anteriormente son esenciales en este campo, así como los expertos (y premios Nobel) Amartya Sen y el teólogo suizo Arthur Rich, cuyo trabajo seminal de dos volúmenes ‘*Wirtschaftsethik*’ está a punto de publicarse en inglés. En general, estos autores demuestran que la filosofía moral mejora el análisis económico, y que la filosofía moral se ve beneficiada con el uso de conocimientos y herramientas analíticas provenientes de la economía (Hausman & McPherson 1996). Para la ética empresarial, las consideraciones fundamentales constituyen una base indispensable. Y me refiero a los cimientos, y no al edificio.

Los logros teóricos también se muestran en forma de ‘especificaciones en un área limitada’, comentarios éticos sobre varios componentes de las relaciones empresariales que, en el transcurso del tiempo, han encontrado un refugio seguro en manuales

sobre ética corporativa y, a veces con menor seguridad, en número tras número del *Journal of Business Ethics*. Las condiciones laborales, prácticas de marketing, relaciones empresariales internacionales, consecuencias de las Tig, desarrollos financieros, gobierno corporativo y liderazgo empresarial, han sido tratados con frecuencia, y todos juntos constituyen lo que se puede denominar como “ética empresarial dominante”, el cuerpo de conocimiento actual de esta disciplina.

Al lado de estos temas, las ‘teorías de rango medio’ son también parte de los logros. En este punto, no se debe pensar principalmente en teorías parciales que provienen de la ética general y, posteriormente, se aplican a situaciones empresariales, como es el caso de una teoría sobre justicia, una teoría sobre nuestras obligaciones morales con generaciones futuras, o una teoría sobre el relativismo ético y los valores universales. Este tipo de teorías no se han desarrollado basándose en situaciones empresariales, aunque se pueden aplicar con acierto a circunstancias corporativas. Las teorías éticas empresariales de rango medio se han diseñado específicamente dentro de la ética corporativa, y se han creado para su uso en este campo. Este es el caso de la teoría del accionariado, la de los contratos sociales, la de la moralidad del mercado o la de integridad corporativa. Una vez desarrolladas, representan unos importantes logros, ya que las teorías de rango medio son las que proporcionan sustancia y sostenibilidad a la disciplina.

El proceso de la ética empresarial como una disciplina convertida en algo operativo, tal y como mencionamos anteriormente, ha producido una variedad de *logros prácticos*. Estos logros se pueden reunir en tres grupos:

1º) Ha aumentado la *capacidad de alerta* a escala individual o corporativa sobre las consecuencias morales de las actividades empresariales y también lo han hecho las competencias para la determinación y tratamiento de los dilemas morales. Las dimensiones morales de las transacciones empresariales han ocupado gradualmente un lugar natural en las conciencias de las personas que trabajan en las empresas, en las mismas corporaciones y en el público en general. Obviamente, es necesaria una investigación empírica para determinar la extensión del cambio de atención hacia una “ética empresarial”, y su vinculación a sectores empresariales específicos o a países determinados, pero la impresión general es que la “moralidad en el mercado” ya no es un concepto extraño, gracias a los esfuerzos que han dado lugar a un proceso de operacionalización. Debemos comentar el énfasis que se da a la “transparencia” como requisito principal para las compañías que desean obtener, ya sea de forma tácita o abiertamente, una “licencia pública para operar”. La experiencia demuestra que la concienciación que registramos es relativamente inmune a la subida o ralentización de la economía. La regularidad de la atención es, probablemente, el logro práctico más llamativo.

2º) Otro logro práctico tiene una naturaleza predominantemente *semántica*. Junto con el creciente número de instrumentos recientemente desarrollados como, por

ejemplo, los códigos y los métodos de seguimiento, auditorías y elaboración de informes, y al lado de experiencias con estrategias diseñadas para fomentar “la gestión de la ética en las empresas”, el nuevo *lenguaje* tiene un papel esencial. Un destacado ejemplo de esto es el cambio, en algunos idiomas europeos, como la transformación del término “ética empresarial” por “responsabilidad social corporativa”, o de ‘Betriebsethik’, ‘bedrijfsethiek’, ‘éthique des affaires’ a ‘verantwortliches Unternehmen’, ‘maatschappelijk verantwoord ondernemen’ o ‘une gestion responsable des affaires’. Este cambio implica el cambio desde una noción poco atractiva o incluso repulsiva a otra realista y estimulante. La ‘ética empresarial’ se ha interpretado a menudo como ‘una lección enseñada por alguien que piensa que sabe más del tema’, mientras que la ‘responsabilidad social corporativa’ representa una invitación para comportarse como la persona madura que uno piensa que es. El último término, o sus equivalentes en otros idiomas, son muy apropiados para abrir aquellas puertas que la “ética empresarial” no ha podido abrir durante mucho tiempo.

El cambio semántico trajo consigo una serie de conceptos y, todos juntos, constituyeron los principios de un nuevo lenguaje. Una importante categoría en este nuevo lenguaje la formaba la llamada “Triple P”: *People, Planet, Profit* (Personas, Planeta y Beneficios), que orientaba el pensamiento hacia la responsabilidad social corporativa.

Como ejemplo del nuevo pensamiento, podemos ver un informe preparado a petición del gobierno holandés por un grupo de trabajo del Consejo Económico y Social de Holanda, que es una organización encargada de la asesoría gubernamental, compuesta, a partes iguales, por representantes de organizaciones de trabajadores, sindicatos y expertos independientes. El informe, en su versión inglesa, se titula *Corporate Social Responsibility. A Dutch Approach* (2001). El gobierno holandés aprobó las ideas del Consejo, recogidas en el informe, incorporándolas al punto de vista oficial sobre la responsabilidad social corporativa (RSC). Y esto a pesar que el Consejo, desde el comienzo, no estuviera de acuerdo con el ministro que, en su petición de asesoría, había comentado que la RSC va más allá de los procesos empresariales esenciales y las actividades que las compañías están legalmente obligadas a llevar a cabo. El Consejo determinó que la RSC se debería considerar como parte de las actividades comerciales esenciales de las empresas.

En su definición de la RSC, el Consejo establece que “existen dos elementos clave que dictan si nos podemos referir correctamente las *empresas responsables socialmente* hoy en día:

- El enfoque conscientemente de las actividades comerciales para la creación de valor en tres dimensiones – Beneficios (el rendimiento económico), las Personas (las consecuencias para las personas, tanto dentro como fuera de la compañía), y el Planeta (los efectos sobre el medio ambiente natural)’,–, contribuyendo de esta manera a la prosperidad de la sociedad a largo plazo;
- El mantenimiento de relaciones con las diferentes partes interesadas, basándo-

nos en la transparencia y el diálogo, y respondiendo a las demandas legítimas de la sociedad” (l.c. p 84).

De forma parecida, el informe adopta el concepto de *ciudadanía corporativa*, tal y como se utiliza en el ‘Watkinson Report’ (1973), en donde se declaraba:

“Una compañía debería comportarse en sus relaciones comerciales como un buen ciudadano. La ley no puede, no contiene o prescribe todos los deberes de un ciudadano. Un buen ciudadano debe tener en cuenta los intereses de las demás personas, además de los intereses propios, intentando utilizar un enjuiciamiento ético informado e imaginativo para decidir lo que se debe y no se debe hacer. Las empresas deberían actuar— tal y como se sugiere - de esta forma”.

Los límites de un nuevo lenguaje se hacen cada vez más visibles. De manera práctica, podemos advertir que una cantidad cada vez mayor de personas entienden y hablan idiomas.

3º) Un tercer logro aparece junto a los avances a escala operativa y semántica; esta vez nos referimos a los logros de nivel profesional.

El cambio hacia la producción de bienes para la venta, es decir el proceso de convertir en operativa la ética profesional, trae consigo un acercamiento de los estudios de la ética empresarial a los profesionales de otras disciplinas. Los expertos en procesos organizativos, los agentes del cambio y los consultores en gestión, poseen el conocimiento y la experiencia suficientes para implementar la ética en las actividades empresariales. Más de una vez, estos contactos profesionales tienen como resultado unas alianzas fructíferas. Algunas consultoras crean departamentos especiales en donde los consultores expertos y el personal especializado en ética empresarial trabajan de forma conjunta para asesorar y ofrecer apoyo a las compañías que desean poner en marcha una gestión ética en sus operaciones comerciales. Sus esfuerzos cooperativos contribuyen a la estabilización de la presencia de la ética empresarial a nivel práctico.

Escollos y lagunas

Hay una gran cantidad de logros teóricos y prácticos que pueden incluirse en el estado actual de la ética empresarial. Sin embargo, también se han registrado escollos y defectos y, de nuevo, son de naturaleza práctica y teórica.

El acceso que ha encontrado la ética empresarial en las actividades empresariales a nivel práctico implica algunas situaciones de riesgo, por lo que debemos tener en cuenta lo aprendido por la experiencia. Cada vez podemos ver con mayor asiduidad que los consultores están poniéndose al mando en este asunto, haciéndolo a expensas de la ética empresarial como disciplina normativa. Tal y como comentó una publicación holandesa: ‘La ética empresarial se ha convertido en un sector en crecimiento. Sólo en el Reino Unido, se encuentran registradas unas 400 consultoras que

ofrecen asesoría ética a las compañías; se han llegado a organizar 15 concursos simultáneos en este campo, y cada semana es posible participar en, al menos, una conferencia sobre responsabilidad corporativa social. La mayoría de estas empresas tienen sus raíces en el campo de las Relaciones Públicas, lo que parece algo preocupante. En Holanda, existe una idea cada vez más arraigada que afirma que la responsabilidad social corporativa debería experimentarse dentro de la organización antes de dar gritos de júbilo al mundo exterior. Por esta razón, la ausencia de alegría prematura parece ser el lema dentro de los despachos de los ejecutivos holandeses' (P+ People Planet Profit 2003).

Sin referirnos a países específicos, observamos unos roces permanentes a nivel profesional o, al menos, una animosidad subcutánea, una '*jalousie de métier*', un celo profesional mutuo. En el creciente mercado de la experiencia en decencia empresarial, de vez en cuando se utilizan palabras fuertes sobre la suave laboriosidad de los estudiosos de la ética que dedican a este tema tantas horas porque, por naturaleza, siempre siguen el camino más largo, y también sobre la firmeza de los consultores que siempre utilizan más de un modelo, incluso cuando no han sido desarrollados como respuesta a cuestiones morales. Los límites profesionales son cada vez más difusos, con una posible pérdida en ambos lados. Aquí presenciamos un ejemplo de lo que podríamos denominar 'la ley del apoyo obstaculizante'. El apoyo mutuo de los especialistas en ética que aportan materia normativa y los agentes del cambio que ofrecen experiencia se inclina hacia un mayor énfasis en los procesos que en la sustancia, y la mejora de la accesibilidad está produciendo una pérdida en radicalidad. Lo que se supone que sirve de ayuda para la organización de la ética en la empresa funciona, a un nivel más profundo, como un debilitamiento de la atención y un amonoreamiento, o incluso una parada, en el desarrollo de nuevos experimentos. Esto resulta una lástima a nivel profesional, además de un empobrecimiento teórico, e induce a engaños a los clientes.

Además del empobrecimiento teórico, este asunto no parece producir muchos y nuevos impulsos conceptuales en los contactos profesionales. El terreno ya ha sido trazado, y ahora es el momento de aplicar las ideas y estrategias existentes a situaciones que están sucediendo en estos momentos. Para utilizar otra metáfora: dado que la ética empresarial se ha vinculado a expertos en organización y gestión para la implementación de la responsabilidad social corporativa, ha alcanzado un cierto nivel como disciplina, desde donde se percibe un amplio panorama que resulta atractivo de ver pero difícil de cambiar.

Los efectos del cambio a escala operativa pueden confundir a los clientes, individuos, corporaciones y organizaciones, es decir, a quien de una forma u otra se muestre sensible a las consecuencias éticas de las actividades comerciales. El énfasis que se pone hoy en día a los procesos organizativos y a los dispositivos operativos puede crear la impresión de que, después de todo, sea posible que por eso resulte tan difícil la implementación de la "responsabilidad social corporativa" en las prácticas empre-

sariales cotidianas. El cambio semántico desde la 'ética empresarial' a la 'RSC' ha contribuido de forma evidente al incremento de esta impresión. En cierta manera esta idea es incluso correcta. Se han facilitado los requisitos normativos para establecer unos sistemas de control, apoyo y estimulación, aumentar la concienciación y reducir la timidez moral dentro de una organización, además de para mejorar la transparencia moral en las relaciones con las partes interesadas. Al mismo tiempo, el peligro de una simplificación que aún sigue existiendo suaviza la confrontación entre la ética y la empresa. La ética empresarial no se ocupa únicamente de hacer explícita una decencia natural en las relaciones empresariales para favorecer a todas las partes participantes. La ética empresarial también se ocupa de los requisitos radicales que van más allá de las suaves relaciones entre personas y organizaciones. Además de esto, requiere cada vez más una mayor atención a las "circunstancias empresariales", a las funciones institucionales y sistémicas que fomentan o impiden el desarrollo de una sociedad justa y sostenible. Después del cambio al nivel operativo, parece apropiado una transformación hacia el nivel institucional.

Nuevos retos

No es sólo la saturación conceptual a nivel operativo lo que fuerza a la ética empresarial a buscar nuevos puntos de partida. La escena pública ha cambiado en gran medida. Las relaciones se volvieron a tensar de nuevo después de un incierto comienzo seguido por un cada vez mayor entendimiento mutuo entre representantes de las empresas y los estudiosos de la ética empresarial. Los escándalos y los incidentes en círculos empresariales de todo el mundo han producido una disminución de la confianza del público en las empresas y un aumento en la demanda de mayores y más poderosas medidas reguladoras. Las malversaciones corporativas y la debilidad de los profesionales han generado unas fuertes reacciones negativas. La demanda a una vuelta a la integridad en las empresas es la versión dura y crítica del interés mostrado en la responsabilidad social corporativa. La atención pública ha dado paso a la irritación pública y la desconfianza. Una vez más, la reputación que vino lentamente, a pie, desaparece rápidamente, a caballo.

Existen algunos signos que muestran el cambio en esta apreciación: unas leyes más severas – como la de Sarbanes-Oxley en los EEUU y las estrechas regulaciones sobre dirección corporativa en algunos países europeos–, una proliferación de agencias supervisoras, una amplia cobertura mediática sobre los nuevos incidentes que parece confirmar la impresión ya existente de la arrogancia y la terquedad del mundo empresarial, y un aumento de la capacidad de los políticos para estar pendientes de lo que ocurre. En lo que se refiere a las actividades empresariales, la política está volviendo a entrar en este campo en muchos aspectos.

Uno puede sentirse inclinado a considerar algunos acontecimientos recientes cuestionables que han tenido lugar en el mundo empresarial como si representaran

un patrón cíclico que, con el tiempo, va a dar lugar a unos episodios más positivos. Se podría añadir que, moralmente hablando, el común de las empresas parece estar en el punto medio y, por encima de todo, se podría manifestar que la ética empresarial como disciplina no debería guiarse por noticias pasajeras, ni imponerse la elaboración de soluciones instantáneas para todos los próximos fallos morales en las empresas. Estas aclaraciones, son sólo válidas de forma parcial.

El argumento relacionado con los patrones cíclicos de los acontecimientos resulta difícil de probar, y no hace que la sociedad intervenga siempre que sea posible y necesario. También es verdad que los incidentes y escándalos no necesitan ser representativos de todo lo que ocurre en el tejido social, y que la ética empresarial no es algo mágico que proporciona una cura para todos los males morales empresariales. Lo que sí es cierto, es que el estado de las empresas en general, incluyendo las malas actividades periódicas, da lugar a nuevos y reflexivos problemas, justo en un período en el que la calidad moral de las empresas parece no mejorar en gran medida, y en donde la ética empresarial como disciplina parece estar atascada en el tratamiento de tareas operativas.

Algunos nuevos cambios se presentan en las teorías de rango medio aún por desarrollar. Hasta cierto punto, parece que están mutuamente conectadas, pero para hacer más claro el texto, intentaré esbozarlas una a una.

Voluntario frente a obligatorio

Una cuestión que se repite, tanto en la práctica como en la teoría, se refiere al alcance de la responsabilidad social o moral de las corporaciones. Es una doble pregunta, porque se ocupa de la cantidad y de la intensidad. En lo que se refiere a la cantidad, por el campo cubierto por las Personas, el Planeta y los Beneficios, es un tema que parece ampliable infinitamente. Para evitar una cantidad cada vez mayor de requisitos y obligaciones, y el peligro de una construcción de final abierto que permita la imposición de nuevas tareas a las corporaciones, el personal que trabaja en las empresas intenta reducir la cantidad de obligaciones a las que se encuentran sometidos. Otra forma de escaparse de una incómoda presión moral es reducir lo que se denomina “intensidad moral”, haciendo hincapié en el carácter voluntario de los actos de responsabilidad social. Las personas y las corporaciones reciben alabanzas cuando asumen tareas sociales, pero como estos actos no se pueden mostrar como obligaciones morales, la dificultad para llevarlos a cabo no puede considerarse como una culpa moral.

En el informe del Consejo Económico y Social Holandés se realiza una distinción cuando se dice que, para las compañías, la responsabilidad social es “voluntaria” pero “no se encuentra sujeta a un compromiso”, sugiriendo que los actos de responsabilidad social corporativa no se imponen a menudo por ley y, por lo tanto, permanecen dentro de la esfera de la “voluntariedad”, pero las corporaciones aún están operando

en un territorio de obligaciones morales que requieren compromisos morales. Las obligaciones morales no deben seguir limitándose a lo que obliga la ley.

La distinción es inapropiada porque equipara las obligaciones con los deberes que deben cumplirse por ley, y coloca a los actos que no estén comprendidos en esta categoría dentro de una especie de elecciones autónomas “voluntarias”. Esto puede resultar muy confuso. Por supuesto, las personas y las corporaciones no tienen libertad para realizar elecciones moralmente equivocadas o moralmente correctas, pero esto no convierte a las elecciones correctas en voluntarias, ya que éstas pueden ser omitidas inocentemente. Lo que está en juego no es la voluntariedad de la responsabilidad social corporativa, - ya que no es algo voluntario, moralmente hablando-, sino la persona que decide si un comportamiento determinado pertenece a la esfera de la responsabilidad social corporativa. La respuesta a esta pregunta es: *nosotros* lo hacemos, la comunidad moral que, en un debate público permanente, define cuáles son las normas y valores que, dadas las circunstancias, consideramos que nos limitan a nosotros y a las demás personas. Esto implica que las corporaciones y los individuos no sólo deben hacer frente a un patrón dinámico de normas y valores a las que se supone deben ajustarse, sino que, como miembros adultos de una sociedad, también se espera que adopten un papel activo en la continua formación del patrón normativo. La determinación de la voluntariedad de la responsabilidad social corporativa no resulta complicada, pero la determinación de sus límites sí que lo es (La voluntariedad de la responsabilidad social corporativa no es un problema, pero la determinación de sus límites sí que lo es). Merece una atención explícita la elaboración de una teoría de rango medio sobre la conducta social corporativa moralmente no voluntaria pero que, a menudo, no puede hacerse cumplir por ley.

Autorregulación frente a fórmulas y control

Una tensión parecida puede verse en lo que se refiere a la autorregulación frente a las fórmulas externas y el control. Aquí, la pregunta es: cuando se promueve la ética en las empresas, ¿las corporaciones van a ser capaces y van a estar dispuestas a regularse a sí mismas? O ¿son las fórmulas y los dispositivos para control externos necesarios para mantenerlas en el camino correcto?

A primera vista, estamos de nuevo ante un problema estratégico a nivel operativo. ¿Qué enfoque es el más eficaz, teniendo en cuenta una ordenación justa y sostenible de las actividades del mercado? Es posible ofrecer varias respuestas, dependiendo de las circunstancias. A veces los esfuerzos auto reguladores pueden ser los preferidos, otras veces las actividades reguladoras y de control son las necesarias y, en muchas ocasiones, una mezcla de estrategias produce los mejores resultados.

Una pregunta relacionada, esta vez dentro del terreno de las actividades auto reguladoras, tiene que ver con la elección entre la estrategia de cumplimiento y la estrategia de integridad (Paine 1997; 2003). Una estrategia de cumplimiento enfati-

za la regulación, auditoría y control internos, mientras que la estrategia de integridad da prioridad a las obligaciones auto asumidas, desarrolladas en una discusión abierta entre todas las partes participantes, y vinculado a un conjunto claro de valores corporativos básicos. Anteriormente hicimos alusión a estas estrategias internas cuando nos preguntamos sobre lo que convierte a un código en algo fructífero y efectivo, y comentamos que un código sin valores subyacentes – un conjunto de fórmulas sin un compromiso subyacente a una serie de valores e integridad –, está predestinado a evaporarse rápidamente. Aquí también, en lo que se refiere a la elección de estrategias, las circunstancias actúan como orientación. En repetidas ocasiones, el resultado va a consistir en un equilibrio bien considerado. El trabajo realizado en este campo, así como las experiencias recogidas, apuntan a una dirección que se puede resumir en el lema siguiente: estrategia de integridad cuando sea posible, estrategia de cumplimiento cuando sea necesario.

Esto, sin embargo, es sólo parte de la historia ya que, cuando hablamos de autorregulación y/o fórmulas y control externos, la efectividad no es el único criterio ni incluso en más influyente. A menudo vemos que, sin referencia a los efectos, los representantes empresariales y también los representantes de las agencias reguladoras muestran una clara preferencia en favor de la autorregulación. En lo que se refiere a las empresas, la elección preferente es bastante comprensible. Con o sin llamamiento a la ‘libertad del mercado’, los participantes del mercado tienden a defender su territorio y su espacio de acción frente a las ingerencias e incumplimientos externos. Como si estuviese guiado por una mano invisible, el mercado es capaz de cuidar de sus propios asuntos, y también de sus temas morales. Debemos ver esta preferencia por una estrategia de autorregulación como una especie de conservadurismo social innato del mercado. Ahora que sabemos que, desde un punto de vista moral, el mercado falla más de una vez, podríamos esperar que otras partes, sobre todo las agencias gubernamentales, pudieran liderar con claras intervenciones reguladoras y de control. Esto se realiza en la realidad y, a veces en repetidas ocasiones, de forma dura y sin ambigüedad, como ha ocurrido recientemente con la ley Sarbanes-Oxley o con las normas para la dirección corporativa en países europeos, o en las amplias fórmulas medioambientales o los tratados sobre comercio internacional. Aún así, parece que queda clara una preferencia, que también se muestra desde las agencias reguladoras, para poner un mayor énfasis en la autorregulación de las corporaciones, los sectores empresariales y los grupos profesionales vinculados al mundo empresarial, que en las normas y regulaciones impuestas desde el exterior. ¿Por qué debería ser así?

Se pueden ofrecer varias razones para ello. La creciente complejidad del tejido social hace que sea casi imposible la creación de leyes y regulaciones suficientemente detalladas, así como la supervisión de su ejecución. Asimismo, cuanto más severa sea una regulación impuesta desde el exterior, menor será su vida. Por último, como una situación como la nuestra – con unas interdependencias cada vez mayores – hace

inevitable los contactos repetidos y a largo plazo, las estrategias que favorecen estos contactos no los impiden, sino que los prefieren. Las relaciones que las partes pueden establecer y mantener tienen una vida más prolongada y prometedora que las basadas en un conjunto de reglas y regulaciones impuestas desde el exterior.

Una teoría de rango medio que recoja las tensiones entre la autorregulación y las fórmulas externas, y entre una estrategia de integridad y una estrategia de cumplimiento, merece unas acciones sostenibles. Dicha teoría se sitúa en un nivel estratégico con una gran dosis de fondo de pensamiento ideológico acerca de las relaciones entre “el estado” y “el mercado”. Estos componentes ideológicos merecen ser ahora tratados por separado.

Instituciones básicas

Detrás de muchas de las posturas en ética empresarial, la idea predominante es ver el dominio público y privado como dos regiones totalmente diferentes, cada una con su propia estructura, privilegios y obligaciones morales, y que no deben confundirse. A menudo, la distinción entre estos dos dominios se equipara a la distinción entre el mercado y el estado como las dos instituciones para el orden social. Hoy en día, esta idea se encuentra sometida a una gran presión. La dicotomía entre el estado y el mercado ha cambiado gradualmente a una tricotomía de estado, mercado y sociedad civil, lo que ha producido la aparición de nuevos contactos y posibles conflictos (Dubbink 2003). En ética empresarial, resulta de gran importancia el desarrollo de una idea clara sobre las relaciones mutuas y las posibles tensiones entre las tres instituciones básicas. ¿Qué se puede esperar de cada una de ellas en lo que se refiere al establecimiento y mantenimiento de un orden social justo y sostenible?

Más específicamente, ¿existen deberes y responsabilidades vinculadas a cada una de estas instituciones? No resulta extraño perfilar estas tres instituciones básicas, sus tareas en gestión, objetivos y principios morales orientadores:

- El *mercado*, representado por las personas que trabajan en las empresas, las corporaciones y las organizaciones comerciales nacionales e internacionales, es el encargado de gestionar la *propiedad* para defender y hacer crecer la prosperidad y el bienestar de sus participantes, bajo la orientación de los principios de reciprocidad (incluyendo la igualdad y la honestidad) y la eficiencia.
- La *sociedad civil*, representada, entre otros, por organizaciones no gubernamentales (ONG), grupos de interés, movimientos ‘anti-globalización’ y medioambientales, gestiona el conocimiento especial y la experiencia para fomentar la liberación de grupos e individuos en donde sea necesario, y de la ciudadanía democrática cuando sea posible; todo ello bajo las pautas de unos principios de transparencia, emancipación y compromiso a una causa especial.

- El *estado*, representado por las agencias gubernamentales, gestiona el *poder* protegiendo la seguridad pública, estableciendo la infraestructura física y social necesaria, y creando y aplicando los acuerdos legales necesarios para el mantenimiento y crecimiento de un bien común bajo las pautas de los principios de justicia y compromiso para todos, especialmente para los más desfavorecidos.

Esta manera de definirlos podría llevarnos a la idea que explica que el mercado es responsable, sobre todo, del crecimiento de los beneficios dentro de los límites de lo que dictan las leyes y la decencia; que el estado es responsable de la creación y supervisión de un marco legal apropiado para sostener un orden común; mientras que, en la sociedad civil, el énfasis se sitúa en la elaboración y mantenimiento de la concienciación moral, a menudo presente gracias a la indignación moral. Este es un escenario muy sencillo, porque rechaza que las tres instituciones básicas se encuentran limitadas por sus propias responsabilidades y moralidad específicas, y que nos encontramos presenciando una desaparición paulatina de los límites que existen entre las tres instituciones básicas. Es necesaria una reflexión aún mayor sobre los derechos e intereses inherentes en cada institución básica, el fomento de formas de cooperación aún no probadas, y la progresiva reducción de tensiones y conflictos. También van a ser necesarios nuevos compromisos político-económicos que resistan la prueba del escrutinio moral. A nivel conceptual, esto precisa un trabajo intelectual en equipo en donde economistas, filósofos políticos, expertos en administración pública y estudiosos de ética empresarial se encuentren preparados para participar en un nivel similar.

Lo mismo ocurre cuando hablamos sobre los dominios privados y públicos. Aquí también observamos una eliminación de las barreras. Las empresas privadas se presentan como pertenecientes exclusivamente al dominio *privado* y, cada vez más, son socios responsables que se ocupan de la protección y fomento de los intereses *públicos*. La ética empresarial como disciplina no puede funcionar si no proporciona una respuesta clara a una pregunta que preocupa en gran medida a los representantes empresariales: ‘¿Hasta dónde llega mi responsabilidad corporativa?’ La respuesta es, cada vez más, ‘más lejos de lo que, hasta ahora, usted podría pensar’.

Para ofrecer una respuesta con una base sólida, los principios morales que subyacen al dominio privado y público y su cada vez mayor mezcla tienen que ser elaborados cuidadosamente. Cuando se hayan perfilado adecuadamente, nos podremos ocupar del ámbito *corporativo*, situado en la intersección del dominio privado y público, y las necesidades de unos principios especiales adaptados a la posición de los participantes en el mercado establecido en un entorno con barreras cambiantes. El resultado podría ser que las obligaciones morales de las corporaciones van a ser rentables y van a proteger la continuidad a largo plazo, estando guiadas por los principios de reciprocidad, honestidad e igualdad, acepando al mismo tiempo las responsabilidades de la ley y la justicia con las partes interesadas, en una tarea común para mejorar el estado general del tejido social. Si no participan, se van a encontrar sometidas a las correcciones legales y a

los incumplimientos de su reputación corporativa y, de esta manera, a las correcciones y violaciones de derechos que dependen de la conciencia social y moral de la sociedad en la que están realizando sus actividades (van Luijk 2004).

Resulta un gran logro el desarrollo de una teoría de rango medio que se ocupe de las barreras que se encuentran en constante desplazamiento entre los dominios privado y público, y entre el mercado, el estado y la sociedad civil como instituciones básicas del tejido social, y la elaboración de los principios morales que les acompañan, así como su rango de validez. Pero aún quedan cosas por hacer.

Agentes e instituciones

Con diferencia, el problema más importante al que se enfrenta la ética empresarial hoy en día se encuentra en el punto medio del enfoque basado en agentes y el que está basado en las instituciones. Desde hace tiempo, la ética en general y la ética empresarial en particular, se orienta hacia el ser humano como agente moral. La pregunta básica es: ‘¿qué debería yo hacer (en una circunstancia determinada)?’ La ética desarrolla pautas de acción en nombre de un individuo o un grupo de agentes. En el sistema ético resultante, al menos en el mundo Occidental, el agente moral es una parte esencial, ya que sus decisiones conscientes y autónomas son decisivas. La historia de la filosofía moral de Occidente lo ha resumido como “el invento de la autonomía” (Schneewind 1998).

Hoy en día, el enfoque tradicional de los problemas morales basados en los agentes sufre serios incumplimientos por parte de las *instituciones sociales*, en donde una institución social se concibe como ‘un conjunto de reglas que estructuran la interacción social para producir resultados en equilibrio’ (Amable 2003, 36) y, de forma más particular, ‘equilibrios político-económicos, como los que se establecen en las interacciones estratégicas entre agentes en una estructura de poder específica’ (ib. 35). Cuando las estructuras sociales se encuentran establecidas, determinan en gran medida el campo de juego y el resultado de los patrones de acción de los autores considerados como autónomos.

Desde hace algunos años, el papel de las instituciones y las condiciones para el cambio institucional se encuentran al frente del debate económico y sociológico, pero apenas aparecen en la ética empresarial (Amable 2003; Fligstein 2001; Schmid y Maurer 2003; Dienhart 2000). Los científicos sociales, economistas y sociólogos en su mayoría, intentan encontrar la manera en la que las configuraciones específicas de las instituciones sociales determinan – o, al menos, predeterminan – el campo de acción y las acciones de los agentes individuales y colectivos. Los resultados de sus esfuerzos son principalmente de naturaleza descriptiva y, a menudo, se basan en comparaciones entre naciones. Esto no debería resultar sorprendente, ya que los datos sobre los asuntos institucionales nacionales se encuentran disponibles con relativa facilidad. Un importante estudio compara, desde un punto

de vista económico, una serie de instituciones en Alemania y Holanda como, por ejemplo, las relacionadas con la sanidad, el trabajo, la dirección corporativa, las prácticas de la competencia y algunas otras más, introduciendo cuatro mecanismos de coordinación: la competencia, el control, los valores comunes y las normas, y el intercambio cooperativo, y pregunta hasta qué punto se aplican en ambos países en instituciones similares, y los intercambios tenidos en cuenta (CPB 1997). Desde un punto de vista moral, resultan interesantes los dispositivos de importancia moral, como los valores comunes, las normas y el intercambio cooperativo, dispositivos que incluimos anteriormente entre los “bienes a la venta” de la ética empresarial a nivel operativo, y que incorporamos aquí de manera positiva en una postura económica y práctica. Asimismo, están desapareciendo las barreras en el nivel de las disciplinas.

Más recientemente, Bruno Amable (2003) ha estudiado seis instituciones en 23 países de la OCDE. Su estudio describe cinco tipos de capitalismo, cada uno de ellos con sus institucionales determinadas, jerarquías especiales y complementariedades mutuas, además de contar con una importancia moral específica (ver también Whitley 1998 y Hall & Soskice 2001). Otros estudios no comparan naciones, sino que se centran en instituciones sociales y en configuraciones institucionales determinadas durante un período o entorno dados, como la propiedad y el control en los EEUU durante la pasada década de los 70, o el papel del valor del accionariado en los 80 (Fligstein). En muchos de estos estudios, se dan a conocer las complejas configuraciones y la dinámica de las instituciones en circunstancias determinadas, así como sus consecuencias morales.

La atención cada vez mayor que tienen los asuntos institucionales presenta un gran problema para la ética en general basada en agentes, ya que queda claro que, al lado de las decisiones autónomas de los agentes, hay otras poderosas fuerzas que influyen y predeterminan en gran medida el aspecto moral del tejido social. La ética empresarial en particular tiene que considerar en serio la perspectiva institucional. Resulta de gran importancia para el desarrollo de una teoría sólida sobre la moralidad del mercado que los estudiosos de la ética empresarial reconozcan que las instituciones no sólo pueden apoyar la creación de una sociedad justa y sostenible, sino que también pueden causar bloqueos morales.

El aumento del interés sobre los asuntos institucionales hace que la ética empresarial busque un progreso teórico profundo antes de realizar una doble tarea.

- Los estudiosos de la ética empresarial deberían preguntarse si el papel que tienen las instituciones hace necesaria la ampliación del paradigma del agente moral autónomo, teniendo en cuenta al mismo tiempo los nuevos conocimientos sobre la naturaleza y el papel de las instituciones en la creación de un orden social estable y, a la vez, dinámico. Esto no debería ser llevado a cabo con la simple introducción de nociones metafóricas sobre ‘corporaciones como agentes

morales' o 'ciudadanía corporativa', sino aceptando que, incluso en lo que se refiere a los asuntos morales, las instituciones ordenadas mutuamente de forma complementaria y jerárquica han "decidido mucho por anticipado". La principal cuestión moral no es: ¿quién debería hacer qué? sino: ¿qué espacio para una conducta moral permite una configuración institucional determinada? Si no nos gusta la respuesta, porque no parece quedar mucho espacio libre, la segunda pregunta no es ¿quién tiene la culpa? sino: ¿existen dos formas para interferir a nivel institucional para que determinadas configuraciones no sean definitivas? Y ¿quiénes son los aliados de cada parte en este asunto? El reconocimiento de la fuerza determinante en los asuntos institucionales no lleva necesariamente al derrotismo, sino que fomenta la modestia y la resistencia.

- Dependemos en gran medida de la voluntad para escuchar con seriedad a otros expertos en el campo. Sin embargo aún tenemos que ocuparnos de la responsabilidad moral de los estudiosos de la ética empresarial para mantener una distancia crítica que les permita poner en juicio a unas configuraciones institucionales determinadas desde un punto de vista moral. Deberíamos tener presente que la ética empresarial es también una institución social y un compromiso político en sentido positivo. Teniendo en cuenta las circunstancias y el alcance de las alternativas, es responsabilidad moral de todas las partes involucradas, incluyendo aquí a los estudiosos de la ética empresarial, esforzarse por conseguir el mejor compromiso posible, y defenderlo abiertamente. Todas las instituciones socialmente importantes, incluyendo la ética empresarial, representan un compromiso político. La responsabilidad final de los especialistas en ética profesional es defender el compromiso alcanzado.

¿Hasta dónde hemos llegado a la hora de ocuparnos del alcance de la ética empresarial?

Hemos visto un cambio paulatino de atención hacia el nivel operativo desde los principios académicos de la disciplina, con su mezcla de entusiasmo e inocencia, lo que ha producido una serie de bienes a la venta y también una reducción de la velocidad conceptual. Hemos registrado logros, además de lagunas y escollos. Ahora se nos presentan nuevos problemas, sobre todo a nivel de las teorías de rango medio. Hemos examinado de cerca cuatro de ellas: la tensión entre el carácter de responsabilidad social corporativa supuestamente voluntario frente al moralmente obligatorio; la tensión entre la autorregulación frente a las prescripciones y el control externo; la necesidad de estudiar el mercado, el estado y la sociedad civil como instituciones básicas, y de poner la atención apropiada en sus principios morales inherentes y relaciones cambiantes; y, por último, la ampliación del paradigma del agente moral, incluyendo las perspectivas institucionales. En resumen: veinticinco años de compromiso práctico e intelectual nos han llevado muy lejos, concretamente a un punto desde donde vemos claramente lo que aún queda por hacer.

Referencias

- Bruno Amable (2003): *The Diversity of Modern Capitalism*, Oxford U.P.
- John R. Boatright (1999): *Ethics in Finance*, Blackwell Publishers.
- Confederation of British Industry (1973): *The responsibilities of the British public company* (Watkinson Report), Londres.
- CPB Netherlands Bureau for Economic Policy Analysis (1997): *Challenging Neighbours*. Rethinking German and Dutch Economic Institutions, Springer Verlag.
- John W. Dienhart (2000): *Business, Institutions, and Ethics*, Oxford U.P.
- Wim Dubbink (2003): *Assisting the Invisible Hand. Contested Relations between Market, State and Civil Society*, Kluwer Academic Publishers.
- Abraham Edel, Elizabeth Flower, & Finbarr W. O'Connor (1994): *Critique of Applied Ethics. Reflections and Recommendations*, Filadelfia, Temple University Press.
- Daniel M. Hausman and Michael S. McPherson (1996): *Economic analysis and moral philosophy*, Cambridge University Press.
- Neil Fligstein (2001): *The Architecture of Markets. An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*, Princeton U.P.
- Peter A. Hall & David Soskice (Eds.) (2001): *Varieties of Capitalism. The Institutional Foundations of Comparative Advantage*, Oxford U.P.
- Karl Homan/ F. Blome-Drees (1992): *Wirtschafts und Unternehmensethik*, Göttingen.
- Henk van Luijk (1999): "Business ethics in Europe: a tale of two efforts", en Robert E. Frederick (Ed.) (1999): *A Companion to Business Ethics*, Blackwell Publishers, 253-265.
- Henk van Luijk (2004): "Integrity in the Private, Public and Corporate Domain", en: George Brenkert (Ed.): *Corporate Integrity and Accountability*, Sage (en prensa).
- Arthur Rich (1984): *Wirtschaftsethik, Bd. I: Grundlagen in theologischer Perspektive*, Gütersloh.
- Arthur Rich (1990): *Wirtschaftsethik, Bd.II: Marktwirtschaft, Planwirtschaft, Weltwirtschaft aus sozialetischer Sicht*, Gütersloh.
- Lynn Sharp Paine (1997): *Cases in Leadership, Ethics, and Organizational Integrity. A Strategic Perspective*, Irwin.
- Lynn Sharp Paine (2003): *Value Shift*, McGraw-Hill.
- Michael Schmid und Andrea Maurer (Hrsgb.) (2003): *Ökonomischer und soziologischer Institutionalismus. Interdisziplinäre Beiträge und Perspektiven der Institutionentheorie und -analyse*, Metropolis.
- J.W. Schneewind (1998): *The Invention of Autonomy. A History of Modern Moral Philosophy*, Cambridge U.P.
- Amartya Sen (1987): *On Ethics and Economics*, Basil Blackwell.

- SER (The Netherlands' Social and Economic Council) (2001): *Corporate Social Responsibility. A Dutch approach*, Assen, Royal Van Gorcum.
- Peter Ulrich (2001, 3d rev. ed.): *Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie*, Bern, Haupt Verlag.
- Richard Whitley (1999, 2000 pb): *Divergent Capitalisms. The Social Structuring and Change of Business Systems*, Oxford U.P.