



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Ética para una competitividad responsable

JUAN MANUEL ZAMORA MENDOZA¹

VÍCTOR ANTONIO ACEVEDO VALERIO²

MIGUEL ÁNGEL MEDINA ROMERO³

Resumen

Analizar el ámbito moral y cómo lo define la propuesta ético-discursiva, la cual es capaz de ofrecer un punto de vista moral o que da cuenta de las características de universalidad, incondicionalidad y auto-obligación de la esfera moral, y también, se ha vuelto esta visión parece ser, en nuestras sociedades plurales con economías globales, una perspectiva de análisis y reflexión, explicitando las normas, los valores y procedimientos que establecen conductas y las actuaciones de las personas, empresas y/o instituciones con objetivos no sólo económicamente viables sino también moralmente responsables.

Palabras clave: discurso, ética, lenguaje, moral, empresa.

Abstract

Analyze the moral realm and how it defines the ethical and discursive proposal, which is able to offer a moral point of view or giving an account of the characteristics of universal, unconditional and self-obligation of the moral sphere, and also has this view seems to be back in our plural societies with global economies, an analytical perspective and reflection, making explicit the norms, values and procedures set out behaviors and actions of individuals, companies and / or institutions with goals not only economically viable but also morally responsible.

Keywords: discourse, ethics, moral language, Enterprise.

¹ Profesor e investigador en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. gaviotazm_x@hotmail.com.

² Profesor e investigador en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. aceval@umich.mx.

³ Profesor e investigador en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. mamedina@umich.mx.

Para el estudio de la ética, la filosofía analítica implica la desestructuración del discurso; el ser humano utiliza dos tipos de lenguajes. El lenguaje descriptivo da cuenta de hechos e informa acerca de ellos, y el lenguaje prescriptivo orienta la acción. Esta orientación puede ser inmediata utilizando para ello mandatos o imperativos, por tanto es un lenguaje prescriptivo normativo, o bien una orientación indirecta, por medio de estimaciones, evaluaciones por tanto es un lenguaje prescriptivo valorativo.

Introducción

En la tarea de definir modelos teóricos y prácticos para la reflexión y orientación de la práctica empresarial algunos hombres se han puesto a trabajar con una metodología interdisciplinar desde la ética y la filosofía, a la sociología pasando por la economía, la organización de empresa, la psicología y el derecho.

Para alcanzar este fin, la intención primera será delimitar el marco conceptual desde el que se desenvuelve la presente reflexión, tanto por lo que respecta a las coordenadas de fundamentación ética como de ética aplicada sobre las que se apoya. En este sentido, es una aproximación al ámbito moral de la praxis empresarial y su marco teórico. Este marco teórico se apoya por una parte en el programa de la ética discursiva diseñada por K.O. Apel y J. Habermas y, por otra parte, en la interpretación que de ella realiza A. Cortina y V. Camps.

De entre los diferentes enfoques que se podrían plantear, algunos tienen como finalidad alcanzar la definición de un modelo que permita mostrar que tal perspectiva postconvencional de la ética empresarial no es sólo una exigencia de unos pocos con el objetivo último de que la empresa recupere su sentido de legitimidad social, sino también una exigencia pragmática que acompaña a proyectos empresariales de largo plazo. Esto es, a la propia empresa le conviene adoptar tal perspectiva postconvencional porque necesita reconstruir su legitimidad social y funcionar sobre la base de sus tres capitales más importantes: el capital físico, el humano y el social, y no únicamente sobre el primero de ellos como se han construido muchos enfoques de dirección de empresas en el pasado y sobre el algunas empresas se empeñan todavía en seguir.

Sin embargo, argumenta la ética discursiva, no está expuesta a esta crítica puesto que cuanto más plurales son nuestras sociedades modernas, cuanto más se diferencian en los intereses y orientaciones valorativas particulares, tanto más generales y abstractas se hacen las normas moralmente justificadas que regulan el interés de todos los espacios de acción de los individuos (Habermas, J.1991:118). En esta línea considera la ética discursiva la posibilidad que existe de caer en los peligros de la abstracción, pero esto sólo se produce cuando se olvidan tres aspectos relevantes, que se han apuntado, en toda ética discursiva. El primer aspecto es la distinción entre

fundamentación y aplicación de las normas morales; el segundo es que la exigibilidad sólo es posible cuando los demás atenderán también las normas; y, el tercero, que sólo es posible exigir el cumplimiento de las normas morales en contextos sociales que ya sean ellos mismos racionales (Habermas, J.2000:145-150).

El objeto de estudio; ética o moral, desde la concepción en Habermas, parece que todas las morales coinciden en hacer referencia a tres aspectos: el trato igual, la solidaridad y al bien común. Estas ideas son o pueden ser comunes a todas las morales, son ideas básicas que derivan todas ellas de las condiciones de simetría y de las expectativas de reciprocidad que caracterizan a la acción comunicativa. Es decir, que se las encuentra en las expectativas que tienen los implicados en una práctica cotidiana orientada al entendimiento necesidad, idealidad o utilidad.

Cabe tener presente que, dentro de la práctica comunicativa cotidiana estas presuposiciones del empleo del lenguaje orientado al entendimiento sólo tienen un alcance próximo, porque existen limitaciones de apertura y duración de los discursos, también de presiones sociales y de utilización de estrategias. En definitiva, el deber ser y el ser no están completamente separados aunque es conveniente y posible desde posiciones cognitivistas diferenciar claramente la validez moral de la vigencia social del discurso (Habermas, J.1989:110).

I.- El ámbito normativo

Los supuestos cognitivos, universalistas y formalistas, que caracterizan a la ética discursiva como teoría moral, se pueden establecer tras el análisis de la reconstrucción del principio (U) o principio formal de universalización (Habermas, J.1985:142). Estos supuestos sitúan a la interpretación discursiva del ámbito moral en las filas de las éticas kantianas, aunque con diferencias, como se verá, permiten que la ética discursiva no se exponga a algunas críticas, ya clásicas, esbozadas frente a la ética kantiana (Habermas, J.1991: 114-115).

Por lo que respecta al cognitivismo de la ética discursiva, la fundamentación de U permite mostrar la problemática de las cuestiones práctico-morales en relación a un conjunto de razones. Los seres humanos poseen la capacidad de distinguir los juicios morales válidos de los juicios convencionales. Las personas están capacitadas para alcanzar la verdad sobre las cuestiones prácticas mediante razones de forma análoga a lo que sucede en el ámbito de las ciencias empíricas.

El objetivo de la ética discursiva y sus aplicaciones permite pensar que en el desarrollo de una ética aplicada a las organizaciones o instituciones será posible alcanzar criterios de validez que sean capaces de guiar las acciones colectivas. En otras palabras, es posible alcanzar criterios normativos capaces de guiar la práctica de las empresas y distinguir entre las acciones socialmente

vigentes (convencionales) y las válidas moralmente, es decir, situadas en el nivel postconvencional o de principios.

En este sentido, la posibilidad de poder distinguir la vigencia y la validez moral de las máximas de acción que se elevan en la práctica empresarial apunta la tarea, desde la filosofía práctica, de reflexión sobre éstas y sus instituciones. Esta reflexión tendrá que venir del examen de las normas que en la práctica empresarial y/o institucional están en suspenso respecto a la pretensión de rectitud que presentan.

Por ejemplo, cuando un empresario señala que las razones que le llevan a trasladar su planta de producción desde Estados Unidos a México radican en que este último país paga salarios más bajos y no tiene que invertir tanto dinero en seguridad e higiene de sus trabajadores ni en infraestructura. Tal norma o razón aportada queda en suspenso, cuando por ejemplo los trabajadores de tal planta cuestionan hipotéticamente, la corrección o rectitud moral, no ya de su acción sino de su razonamiento.

Desde la ética discursiva sólo se pueden considerar como válidas aquellas normas a las que podrían dar su asentamiento todos los posibles afectados como participantes en discursos racionales prácticos. En palabras de Habermas: *“Una norma solamente puede encontrar la aquiescencia racionalmente motivada de todos cuando cada implicado o cada afectado potencial ha tenido en cuenta las consecuencias directas y los efectos secundarios para sí y para los demás en la praxis del seguimiento universal de la norma en cuestión”* (Habermas, J.2000:102).

Lo anterior conlleva a establecer un juicio de valor de si la norma es o no correcta es preciso introducirse en un discurso que, en última instancia, debe someterse al principio del discurso (D) y en este sentido alcanzar la intersubjetividad tanto en los aspectos deónticos como consecuencialistas que derivan de la norma. Respecto a este punto, J. Habermas ha mantenido una larga discusión con aquellas posiciones que acusan a la ética discursiva de no tener en cuenta el contexto o situaciones particulares para la formulación de los juicios morales (Habermas, J.1985:88-97).

Por su parte, la ética del discurso ha mantenido la postura de la inexistencia de decisión o norma moral que no implique a los demás; por tanto, los contextos de los que parten; además, apunta que es posible alcanzar el desarrollo de juicios morales a nivel postconvencional, es decir, imparciales e intersubjetivos, Afirma esta ética el discurso estructurado de tal manera que la idea de imparcialidad o el punto de vista moral está enraizado en las estructuras de la misma argumentación, por lo que, no sólo no es preciso añadirlo como algo supletorio cuando un individuo mantiene una posición discursiva mantiene una concepción de la realidad inmediata.

Una de las críticas señaladas a la ética discursiva es no tener en cuenta los contextos vitales (vida cotidiana, vida laboral, vida empresarial), tal es la función de las condiciones del logro discursivo de un acuerdo racionalmente motivado, es decir intersubjetivo desde una perspectiva postconvencional, con las condiciones para alcanzar un compromiso equitativo, negociación o suma de voluntades. Y no se puede confundir, puesto que no es lo mismo llegar a consensos motivados por el entendimiento que a negociaciones o compromisos mediante la influencia o las negociaciones entre intereses particulares y contrapuestos.

En el primer caso, se reflejan en el consenso intereses generalizables y en el segundo particulares. La idea de imparcialidad que desarrollan las éticas cognitivas bajo forma de principios universales no puede reducirse a la mera idea de un equilibrio de intereses. La consecuencia de no distinguir los principios universales del equilibrio, negociación o compromiso es el de no diferenciar entre vigencia y validez de las normas sociales dentro de los roles sociales (Habermas, J.2000:158-159).

En resumen, el problema que plantea una posición como la mantenida por E. Tugendhat es la de confundir la génesis con la validez del ámbito moral. Y ése es el precio que pagan todas las éticas no cognitivistas, como lo son las interpretaciones del ámbito moral aristotélicas o neoaristotélicas. Una cosa es que la base experiencial de la validez se encuentre en la praxis cotidiana, afirmación que sostiene la ética discursiva, pero otra cosa bien distinta es afirmar que se identifican ya en nuestras sociedades. Habermas lo expresa así: *“En las sociedades modernas las normas morales tienen que separarse de los contenidos concretos de unas orientaciones de vida ética que aparecen ahora en plural, y encuentran su única base en una identidad social que ha llegado a ser abstracta y que ya solamente se puede describir haciendo referencia al estatus de la pertenencia a una comunidad, y no a ésta o aquella comunidad en particular”* (Habermas, J. 2000:158).

Con estas palabras se puede subrayar que la característica básica del hecho moral ejercido en un contexto social y moral tiene que apoyarse en un contenido normativo de las condiciones universales de la convivencia en una comunidad cualquiera. Por tanto, el ámbito moral en lo que respecta a validez, es universalista e igualitaria y en su contenido tendrá que ser formal para respetar las pluralidades vitales.

La formulación de la ética discursiva considera, por su parte, la caracterización de los juicios morales como referentes únicamente a aquellas perspectivas postconvencionales, y en tal sentido deónticas, de las normas requiere se tengan en cuenta las consecuencias de la aplicación de las normas. En este sentido desarrolla toda una ética de la responsabilidad al mismo tiempo que

considera la importancia que la experiencia y la prudencia pueden jugar a la hora de considerar y examinar las normas (del empresario/trabajador o empleado).

La tesis anterior contrae consigo el conocimiento de la ética discursiva como proceso al no enjuiciar las consecuencias o efectos de las acciones, puesto que en un principio U introduce ya la valoración de las consecuencia de la acción de los sujetos y también los intereses, motivos y necesidades de los otros. El reconocimiento intersubjetivo de las normas significa, al menos, la existencia de razones convincentes para cada uno de los participantes en el discurso práctico para seguir las; 'la obligación' presupone ciertamente el reconocimiento intersubjetivo de las normas morales o de prácticas comunes que fijan para una comunidad de modo convincente aquello a lo que están obligados los actores y las obligaciones del entorno, así como lo que han de esperar unos de otros. De 'modo convincente' quiere decir que los miembros de la comunidad moral apelan a estas normas siempre que fracasa la coordinación de la acción en el primer estadio para hacerlas valer como 'razones' presuntamente convincentes para reivindicaciones y tomas críticas de postura (Habermas, J.1999: 29).

Bajo esta interpretación, una primacía y privilegio de las cuestiones referentes a la fundamentación de las normas, como no podría ser de otra manera para asegurar el pluralismo ético y axiológico. Es decir, tiene mayor importancia las razones por las cuales se sigue o se acepta la norma que las consecuencias que se generan de la misma (Cf. Habermas, J.2000:98-100).

Con esta primacía de las razones morales la ética discursiva presenta, como toda la ética kantiana, un déficit de motivación para la acción. El hecho de llegar a ser capaces de alcanzar un juicio moral postconvencional necesariamente no conduce a actuar moralmente. Por este motivo, esta teoría de corte amoral reconoce tal déficit de las normas deónticas y plantea la necesidad de una transformación en las esferas normativas políticas y jurídicas, de tipo postconvencional, que obliguen a su cumplimiento. Es decir, que se creen mecanismos mediante los cuales sea posible facilitar esa formación y educación del juicio moral postconvencional y, cuando se considere necesario institucionalizar su cumplimiento a través de un derecho coercitivo y positivo (Habermas, J.1991:85-88).

II.- Explicitar los valores.

Al tratar el segundo rasgo mencionado de la ética discursiva; el universalismo, conviene subrayar, que los fundamentos de 'U' la ética discursiva niega el relativismo o contextualismo ético, puesto que afirma que existe y explica un núcleo moral universal a todo los seres humanos (Habermas, J.1991:97-131).

La posición de los defensores de una ética universalista y formalista es valedora de la idea que afirma que las cuestiones morales o de justicia sólo se plantea dentro del horizonte de cuestiones éticas que ya tienen respuesta entre sus miembros. Es decir, el conjunto de normas que las personas se transmiten en sociedad se puede dividir entre aquellas que pueden justificarse a partir de principios de validez moral, por un lado, y aquellas que sólo pueden considerarse tácticamente vigentes. Existe una escisión entre lo socialmente vigente y lo moralmente válido que se manifiesta en la vida de modo cotidiano, en el mundo de la vida.

El universalismo ético afirma que existen cuestiones morales, que se caracterizan porque pueden dividirse racionalmente bajo el aspecto de si los intereses en juego son o no son susceptibles de universalización (justicia); es decir, son cuestiones normativas que corresponden al uso moral de la razón. La pregunta que aquí se formula es: ¿qué es bueno para todos? Las segundas, las cuestiones éticas o evaluativas, son cuestiones relativas a la vida buena y sólo accesibles en forma de vida históricamente concretas; son cuestiones que conciernen a la eticidad, referidas a la felicidad (ético-políticas). La pregunta acerca de estas cuestiones se formula del siguiente modo: ¿qué he de hacer para ser feliz?, o ¿qué es bueno para mí o para mi comunidad? (Habermas, J.2000:109-126).

La crítica proveniente desde posiciones del relativismo y contextualismo ético a este universalismo radica en afirmar que la ética discursiva, al igual que todas las éticas kantianas, son insensibles al contexto social particular y a la naturaleza particular de los sujetos. El imperativo categórico kantiano exige separar lo universal de lo particular, es decir, los juicios válidos conforme a tal principio tienen que resultar insensibles a la naturaleza particular y al contexto del problema que en cada caso se pretende solucionar y, por ende, permanecer externos al caso particular.

Por este motivo, cuando se pregunta por la exigibilidad de las normas morales, la ética discursiva en el nivel de aplicación manifiesta la exigibilidad sólo es posible si los demás han atendido también las normas y hace necesario utilizar otros mecanismos, como es el derecho para poder complementar la moral y hacerla exigible. Con estas palabras lo expresa Habermas cuando se le formula tal cuestión: *“El cumplimiento de una norma válida, de una norma que resista la prueba de la universalización, sólo puede exigirse de personas que puedan esperar que tal norma va a ser seguida también por todas las demás personas”* (Habermas, J.1996:161 y 175ss.),

El derecho positivo y la moral postconvencional se complementan mutuamente y recubren la eticidad tradicional. Una norma que resiste la prueba de la universalización sólo merece reconocimiento general bajo el supuesto de que también, tácticamente, sea seguida por todos.

Es importante señalar la relación de complementación entre moral y derecho, puesto que la asimilación de una a la otra podría dar lugar a diluir la vigencia con la validez; sobre todo porque aunque el derecho puede haber alcanzado una perspectiva postconvencional, también es cierto que en el derecho positivo entran en juego momentos que son de otra naturaleza distinta a la moral.

III.- Analizar el procedimiento.

Como ya se mostraba en el apartado anterior, la legitimidad se apoya en un espectro más amplio de aspectos y que la validez deontológica de las normas morales de acción también pueden incluir la validez de valores y de otro tipo de normas. Así debe considerarse la validez jurídica; formas de valor que no son normas morales sino éticas y donde intervienen dos componentes: el primero, de tendencia racional con la pretensión de legitimidad y un segundo de tipo empírico de la imposición del derecho. Por tanto, la posibilidad de hacer exigible el cumplimiento de las normas morales.

Esta exigencia sólo es posible de modo universal bajo el argumento –de origen procedimental y deontológico- del principio de universalización “U”, que va configurando la tercera característica de la ética discursiva. Este principio elimina las axiologías concretas para poder alcanzar un acuerdo intersubjetivo, que es mínimo o reducido, ello permite hablar de unas normas morales universales, que se caracterizan por el procedimiento seguido para alcanzarlo: a saber, el discurso práctico. Sólo el procedimiento de la norma moral es universal, no su contenido. Así afirma Habermas: *“La ética discursiva no proporciona orientaciones de contenido, sino solamente un procedimiento lleno de presupuestos que debe garantizar la imparcialidad en la formación del juicio. El discurso práctico es un procedimiento no para la producción de normas justificadas sino para la comprobación de la validez de normas postuladas de modo hipotético”* (Habermas, J.1985:143).

Así pues lo que explica el principio del discurso “D” es que “U” se limita a expresar el contenido normativo de un procedimiento de formación discursiva del juicio. Un procedimiento donde se manifiestan los rasgos de los juicios morales postconvencionales reconstruidos por L. Kohlberg en su investigación del desarrollo del juicio moral, a saber:

- Reversibilidad o flexibilidad sobre todos los puntos de vista.
- Universabilidad o generalización, en el sentido de la inclusión de todos los afectados por la norma examinada.
- Reciprocidad o diferenciación, es decir, reconocimiento igual de las pretensiones de cada participante por parte de los demás.

La ética discursiva, en su formalismo, lo que señala es un principio procedimental (U) que permite llegar a un acuerdo motivado cuando surja una discusión acerca de cuestiones práctico-morales. El papel que tiene así este principio es el de servir de regla de argumentación que asegura la imparcialidad del principio (D) (Habermas, J. 1991: 101-102).

Es necesario insistir en la preeminencia que cobra el discurso en la ética discursiva, sólo repetir que el discurso práctico es el procedimiento mediante el cual podemos acceder a la corrección de las normas que elevamos con pretensiones de validez. No es el lugar donde se desarrollan normas, sino donde se analiza la corrección de las mismas por parte de los interlocutores válidos por la norma. En palabras de Habermas: “Yo entiendo el discurso práctico como un procedimiento que no sirve a la producción de normas justificadas sino al examen de la validez de normas ya existentes, pero que, al tornarse problemáticas, se abordan en actitud hipotética (...) Ciertamente que en el discurso los temas y contenidos que por sí mismos se imponen son elaborados de suerte que al final queda fuera todo lo que en el círculo de los afectados potenciales hubiera de considerarse expresión de un interés particular, y no de una particularidad tal que pudiera ser acordada a todos y cada uno de los participantes” (Habermas, J.1991:72).

Se puede afirmar que algunas de las críticas elaboradas frente al procedimentalismo de la ética discursiva están en lo cierto al afirmar que las cuestiones referidas a la vida buena no están contempladas en el principio de universalización, pues los intereses particulares, como señalaba Habermas, quedan fuera del discurso práctico. El principio de universalización funciona como un cuchillo que establece un corte entre ‘lo bueno’ y ‘lo justo’, entre los enunciados evaluativos y los estrictamente normativos. Por tanto, cualquier norma que resulte problemática en el nivel de la acción tratará de dar razones de su validez en el ámbito del discurso, para mostrar su validez teórica o práctica, pero tras el discurso podríamos desecharla por considerar no legítima tras el análisis de los argumentos esgrimidos.

Las éticas clásicas se habían referido a todas las cuestiones de la ‘vida buena’; las éticas kantianas y neokantianas aluden únicamente a los problemas relativos a la acción correcta o justa. Y en este sentido, la teoría moral ha de abordar y explicar la validez deóntica, el deber ser, de mandatos y normas de acción. Aunque, como ya se señalara al principio de este punto, en la ética discursiva el deontologismo viene mediado por el teleologismo. Es decir, el deber ser de la norma tiene como fin la búsqueda de entendimiento y comunicación entre los afectados por la norma o participantes en el discurso. Por tanto, la ética discursiva afirma la necesidad de contemplar no sólo el deber ser de la norma, sino también deja la puerta abierta a la búsqueda de valores que ayuden a alcanzar tal entendimiento y comunicación entre los afectados.

Algunos autores, como Cortina, apuntan y desarrollan en su trabajo la necesidad de una ética de virtudes y actitudes que complemente el programa de la ética discursiva, bajo lo que denomina una antroponimia. Esta teoría de los valores y actitudes dialógicos se hace necesaria para que allí donde no existen situaciones donde se puedan llevar a cabo discursos prácticos se puedan poco a poco desarrollar tales condiciones. A. Cortina en su propuesta menciona cinco valores que componen lo que ella denomina Ética Cívica. Estos cinco valores son la libertad, la igualdad, la solidaridad, el respecto activo y el diálogo (Camps, V. 1992: 189ss.; Cortina/J. Escamez/E. Pérez-Delgado/V. Mestre Escrivá. 1996: 27-38).

Por otra parte, cabe señalar que el formalismo de la ética discursiva actúa, en gran medida, de garante del desarrollo y mantenimiento de la pluralidad ética. Es decir, el abandono del concepto de autonomía en términos de filosofía de la conciencia –con procedimiento solipsista- por parte de la ética discursiva, permite ver como el desarrollo de la felicidad y la realización de la justicia son dos aspectos distintos pero complementarios de la sociedad. El concepto intersubjetivista de autonomía tiene en cuenta el hecho de que el libre despliegue de la personalidad de cada uno depende de la realización de la libertad de todas las personas (Habermas, J.1991:121; Camps, 1992: 184-185).

Para concluir, la ética del discurso reconoce que en la diferenciación entre un nivel de fundamentación y de aplicación de normas morales es importante tratar de transformar las ideas morales en deberes concretos de la vida cotidiana, de la praxis concreta, mediante principios de adecuación que modulen el principio discursivo con el objetivo de no desvincular y, en ese sentido, mantener unidos también en la práctica el ser y el deber-ser. Ésta es una de las tareas más importantes del desarrollo de una Ética Discursiva en nuestros días, pues una moral universalista necesita también de una cierta concordancia con sus instituciones sociales, económicas y políticas en que ya estén encarnadas, como señala Habermas, las ideas jurídicas y morales de tipo postconvencional (Habermas, J. Escritos sobre moralidad y eticidad, *op. cit.*, p. 122; Apel, K.O.1991:147-151).

A manera de conclusiones:

- La empresa debe ser considerada como un agente moral, es decir, como institución social y sistema socioeconómico y puede ser considerada como un sujeto colectivo donde la responsabilidad de sus individuos no le diluye. So que ha permitido diferenciar dos tipos de responsabilidades, unas individuales y otras colectivas.
- La existencia de las empresas de una estructura de decisión interna, junto con el conjunto de reglas empresariales para la toma de decisiones frente a sus entornos o circunstancias,

permite afirmar que la empresa realiza un ajustamiento atendiendo a normas de diferente tipo, principalmente, legales, sociales y morales. Un ajustamiento que realiza la empresa dentro de un espacio de libertad propio, delimitado por los marcos económicos y legal, dentro del cual cualquier respuesta que dé la empresa será susceptible de valoración moral. En este sentido, la respuesta social que da la empresa no sólo está sujeta a las normas convencionales, sino también a criterios postconvencionales.

- La clase de responsabilidad empresarial se presenta como un tipo de responsabilidad convencida, es decir, que no sólo atiende al criterio moral postconvencional de actuación sino que también valora y calcula las consecuencias a corto, medio y largo plazo con respecto a su propuesta o fin de la empresa. Un fin que no se puede lograr sin la cooperación entre las diferentes instituciones, por lo que la responsabilidad empresarial se ha propuesto atenderla con co-responsabilidad. La empresa no sólo debe tener competitividad económica sino también debe ser moralmente responsable.

Referencias

Apel, K. O. (1992). *Teoría de la verdad y ética del discurso*. Barcelona: Paidós.

Camps V. (1992). *Concepciones de la ética*. Madrid: Trotta.

Cortina, A., Escamez, J., Pérez E. y Escrivá, V. (1996). *Un mundo de valores*. Valencia.

Habermas, J. (1985). *Conciencia moral y acción comunicativa*. Barcelona: Península.

----- (1989). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*.

----- (1991). *Escritos sobre moralidad y eticidad*. Barcelona: Paidós.

----- (1996). *La necesidad de revisión de izquierda*. Madrid: Técno.

----- (1999). *La inclusión del otro: estudios de la teoría política*. Barcelona: Paidós.

----- (2000). *Aclaraciones a la ética del discurso*. Madrid: Trotta.