

DE LA EFICIENCIA AL SENTIDO. ÉTICA, ECONOMÍA Y EMPRESA EN LOS DEBATES CONTEMPORÁNEOS

Aurelio Tomasetti¹

Università degli Studi di Salerno

Victor Martín Fiorino²

Universidad Católica de Colombia

Fecha de recepción 14 de septiembre de 2013; fecha de aceptación 15 de octubre de 2013. El artículo es fruto de un proyecto de investigación desarrollado con el grupo Aldo Moro de la Maestría en Ciencia Política de la Università degli Studi di Salerno en convenio con la Universidad Católica de Colombia

Resumen

El artículo expone los resultados de una investigación sobre los aspectos centrales de la relación entre la ética, la economía y la empresa; tanto en los contextos de crisis global como en la revisión teórica en curso en el ámbito estudiado. El contenido realiza un abordaje de los componentes teóricos, metodológicos y prácticos de la compleja relación en estudio, desde un enfoque humano de la economía y la empresa, incorporando aportes provenientes de la ética del bien, la ética del deber y la bioética contemporánea. Se revisan asimismo las herramientas prácticas existentes para consolidar la gestión ética,

1. Catedrático de Economía de la empresa en la Facoltà de Economia de la Università degli Studi di Salerno; director del Departamento de Studi e ricerche aziendali de la Università degli Studi di Salerno, ha desempeñado en su carrera académica numerosos cargos como docente en maestrías y cursos de especialización en diferentes universidades italianas, desarrollando también actividades de docencia y de asesorías en numerosas universidades, empresas públicas y privadas. Ha participado como referente en varios proyectos de investigación internacionales, y es autor de numerosas publicaciones. Actualmente, es magnífico rector de la Università degli Studi di Salerno.
Contacto: tommasetti@unisa.it

2. Doctor en Filosofía por la Université Catholique de Louvain, Bélgica. Postdoctorado en la misma Universidad. Doctor Honoris Causa de la Universidad Alonso de Ojeda, Venezuela. Profesor invitado de numerosas Universidades de Bélgica, Italia, España, Argentina, Venezuela y Colombia. Actualmente catedrático de la Universidad Católica de Colombia.
Contacto: martinfiorino@yahoo.com



la responsabilidad social y la relación de la empresa con todos los actores sociales. Se destaca la importancia del enfoque humanista de la educación gerencial, exponiendo los elementos formativos necesarios para una nueva gerencia y un nuevo tipo de empresa para responder a las exigencias contemporáneas.

Palabras clave

Ética, economía, empresa, gerencia

Abstract

The article presents the results of a research on the central aspects of the relationship between ethics, economics and business, both in the context of global crisis as in the theoretical revision in the area studied. Content takes an approach of theoretical, methodological and practical components of the complex relationship under study, from a human approach to economics and business, incorporating contributions from the ethics of the good, the ethics of duty and contemporary bioethics. Are analyzed the tools that exist to consolidate ethics management, social responsibility and the relationship of the company with all stakeholders. The importance of the humanistic approach to management education is highlighted, exposing the formative elements necessary for a new management and a new type of business to meet the contemporary requirements.

Keywords

Ethics, economics, business, management

Introducción

Los debates actuales acerca de la dimensión ética de la actuación de las empresas forman parte de las discusiones más amplias sobre la compleja relación entre la ética y la economía y de la economía con los ciudadanos y que abarcan igualmente una visión crítica sobre los conceptos de crecimiento económico y desarrollo humano y de su problemática articulación. Al mismo tiempo, tales discusiones remiten a nuevos enfoques sobre el humanismo contemporáneo y la educación de bases humanísticas en relación con la formación de los decisores económicos, especialmente en el campo empresarial. Se trata de un debate en curso que, junto al replanteamiento teórico de nociones



desde hace cuestionadas³, recoge el desafío práctico de pensar, en el marco de las crisis actuales, una economía y una empresa con sentido para los ciudadanos.

En este amplio marco de discusión, ocupan un lugar privilegiado, entre otros, temas como los profundos niveles de inequidad sobre los que operan los sistemas económicos actuales, las desigualdades sociales y económicas que impiden el acceso de grandes capas de la población a niveles de vida dignos, los impactos de la globalización financiera sobre la calidad de vida de países o regiones enteras de la población mundial. A ello se suma –principalmente por el efecto de escándalos éticos como los de Enron, Worldcom, Parmalat y otros– el cuestionamiento de los sistemas formativos de gerentes y decisores, por largo tiempo centrados exclusivamente en la eficacia para alcanzar metas económicas sin atención al hecho de compartir valores al interior de las empresas y con la sociedad. Dentro de esas nuevas discusiones ha ido cobrando importancia igualmente el tema de la responsabilidad social, inicialmente entendida como empresarial o corporativa pero hoy asumida como responsabilidad social total o territorial, en cuanto se ejerce como trama relacional entre diversos actores del territorio que asumen diferentes perspectivas de un enfoque integrado de corresponsabilidad en la valoración, cuidado y promoción de la vida: de las personas, de las organizaciones, de las comunidades, de la sociedad, del ambiente. También converge en este campo de debates el desarrollo del concepto de una bioética empresarial⁴, que hace énfasis en el papel de la empresa en la promoción de vida de calidad en todos los niveles mencionados.

La riqueza de los debates contemporáneos en este terreno incluye una serie de desafíos y exigencias para ser abordados por la empresa en conjunto con otros actores, relativos, entre otros, a nuevos niveles de articulación entre metas económicas y metas sociales en el marco de la sostenibilidad, la participación efectiva de los ciudadanos en relación con los efectos de las políticas económicas sobre –entre otros– el empleo, la protección social, el ambiente y la profundización del trabajo en redes de actores sociales y sectores de interés en vistas a la sustentabilidad. En la base de tales discusiones se encuentra un conjunto de demandas que, aun teniendo ya un recorrido histórico,

3. Ver, por ejemplo, M. Boskin, (Comp.) *Economics and Human Welfare*, New York, Academic Press, 1979; O. Sik, *For a Humane Economic Democracy*, New York, Praeger, 1985; X. Zolotas, *Economic Growth and Declining Social Welfare*, New York, New York University Press, 1982.

4. W. Ver Pfizenmaier, *Aproximación a una Bioética Empresarial: Proyecto Académico, Creación de Valor y Calidad de Vida*, Bogotá, Ediciones El Bosque, 2005.



adquiere hoy un nuevo nivel de radicalidad: reorientar la economía hacia la comunidad, el ambiente y el futuro sostenible⁵, vincularla al resguardo de los bienes comunes y a la búsqueda de un repensado *bien común*⁶ y, en definitiva, acercarla a lo humano y al cuidado de la vida. Cabe pensar que se trata de un desplazamiento del punto de interés, al mismo tiempo que de cuestionamiento, desde la *eficacia* económica al *sentido de la economía y de la empresa*. La economía y la empresa se encuentran, hoy, en busca de sentido.

Ética, ciudadanía y empresa

Un saber que ayuda en la búsqueda de sentido es la ética. Esta busca dar sentido a las experiencias morales personales, empresariales y sociales, de modo tal que se pueda determinar los acuerdos, normas y reglas que deben gobernar la actuación en la sociedad y los valores que es necesario perseguir en el desarrollo de la vida humana.⁷ No se trata, sin embargo, de reducir lo ético en los negocios simplemente a “hacer lo correcto”: la honestidad con la que se dirige una empresa, por ejemplo, no puede ser solamente una estrategia, así se la considere la correcta.

La integridad que se valora en el desempeño empresarial ha de ser un carácter (*ethos*) organizacional, no una estrategia de negocios. Hacer lo correcto es necesario, pero no suficiente, pues se necesita hacerlo por convicción (en lo cual influye la formación gerencial), con creatividad, con sentido crítico frente a lo establecido, con transparencia –mediante la rendición de cuentas–, con participación de la gente y en convergencia con otros actores sociales.

Abordar la empresa desde la ética no es una orientación impuesta desde una determinada perspectiva, sino del desarrollo de una instancia deliberativa y valorativa común orientada a dar sentido a los valores que la sociedad persigue, aunque viéndolos reflexiva y críticamente, y a su canalización a través de las organizaciones empresariales. Es una instancia que busca *valorar* lo existente: fortalezas personales, organizacionales, sociales (sentido presente-decisional); y *valorizar* lo posible: vida de calidad realizada en común (sentido futuro-proyectivo). El cambio que preside la etapa actual de las sociedades

5. Ver, por ejemplo, H. E. Daly y Jr. Cobb J. B. *For the Common Good. Redirecting the Economy toward Community, the Environment and a Sustainable Future*, Boston, Beacon Press, 1997.

6. D. Micheli, *El bien común: discusiones actuales*, Buenos Aires, Eudeba, 2006.

7. R. T. De George, *Business Ethics*, New Jersey, Pearson Prentice Hall, 2006, pp. 19-20.



y las organizaciones, principalmente las empresas, es un cambio en el *sentido* de la articulación entre presente y futuro, entre cuidado y promoción de la vida, mediado por un necesario –aunque no fácil de activar– mayor protagonismo de los ciudadanos.

El protagonismo ciudadano en la reorientación de las decisiones políticas, económicas y empresariales debe ser pensado en el contexto de las sociedades contemporáneas, que se encuentran, a nivel global, paradójicamente marcadas, al mismo tiempo, por las inmensas posibilidades abiertas por la ciencia y la tecnología para transformar la realidad, lo cual suele generar un cierto optimismo acerca del futuro, pero también por profundas inequidades estructurales, acentuadas por el impacto de las crisis que afectan especialmente a los sectores empobrecidos de las sociedades, lo cual, a su vez, suele ser fuente de visiones pesimistas acerca del porvenir. *Posibilidad y riesgo* parecen ser el foco de dos visiones contrapuestas, que, sin embargo reposan sobre un presupuesto común: a los seres humanos concretos, personal o asociativamente, no les es posible *elegir* el futuro, no son, *objetivamente*, capaces de hacerlo.

Desde una visión optimista, la dimensión tecnocientífica del conocimiento, en este caso económico, apoyada en su reconocido como “infalible” poder explicativo-predictivo-organizativo, parece ser la encargada de establecer desde ella misma el escenario del futuro posible y de generar una “objetividad que obliga”⁸ a los ciudadanos a realizarlo, a veces recurriendo aun a viejos mitos como el del “progreso”, aceptando como inevitables los *daños colaterales*.

Desde una visión pesimista, en cambio, la constatación de los efectos devastadores sobre el ambiente y la convivencia producidos por los sistemas económicos fundados sobre el poder y el beneficio, ha llevado frecuentemente al sombrío anuncio de la superación del umbral de irreversibilidad, concluyendo, de modo fatalista, que solo cabe organizar la supervivencia en espera del agotamiento y el colapso.

En ambos casos, se trata de la renuncia de los ciudadanos a la búsqueda de nuevas formas para ejercer su capacidad transformadora, renuncia en favor del poder –económico, político, científico– del Estado o del mercado. En consecuencia, también renuncia a pensar en organizaciones y empresas que, de modo asociativo, puedan impulsar formas de actividad al mismo tiempo eficientes y productivas, socialmente responsables y ambientalmente sostenibles. Tal situación parece causada por la percepción de la falta de salidas en términos

8. H. Maturana, *La Objetividad. Un argumento para obligar*, Santiago de Chile, Dolmen, 1997.



de las herramientas racionales en uso: no satisfacen ya, en efecto, las “explicaciones” de por qué fracasan los planes económicos, quiebran las empresas y avanza el desempleo, o las “demostraciones” de la necesidad de los “ajustes” que se imponen. No basta ya la lógica de la *eficacia*: hacen falta otras *razones* para salir del círculo de explicaciones cerradas y las justificaciones inapelables; otra lógica (*de la vida*) que recupere el *sentido*. Es decir, que reconstruya deliberativamente el sentido –para la gente– de la economía y de la empresa.

A partir de la inmensa cantidad de tecnología e información disponible para una gran mayoría de las personas y de la creciente capacidad de deliberación que estas están desarrollando, en las sociedades actuales el *sentido* (de la economía, de la empresa o de la actuación gerencial) es, hoy más que nunca, el resultado de un ejercicio deliberativo-valorativo de los ciudadanos, producido mediante la puesta en práctica de su *capacidad de elegir*. Amartya Sen ha señalado que la primera capacidad de los humanos es la capacidad de elegir⁹ y la ha vinculado, junto a Martha Nussbaum, a la construcción de una vida digna¹⁰. Elegir, en este caso, el tipo de economía que más se acerque a satisfacer las necesidades efectivas de las personas y a posibilitar que las mismas puedan realizar sus anhelos y proyectos; elegir el tipo de empresa que represente una mediación económica eficiente pero centrada en las personas, sostenible, sustentable y socialmente responsable.

Crisis y tipos de empresa

En los actuales escenarios de crisis, es necesario crear las condiciones para poder elegir el tipo de empresa que surgirá de ellos. No se trata de una expresión de deseos: se trata de elegir en sentido fuerte, potenciando la acción de redes de actores sociales (universidad, empresa, Estado, sociedad) capaces de alcanzar acuerdos y de ejercer una influencia real sobre la configuración de nuevas formas responsables de hacer empresa.

En épocas de crisis son numerosas las *empresas de supervivencia*, caracterizadas por los siguientes elementos: a) están conformadas por agregados de individuos con escasos o nulos valores compartidos; b) se encuentran rodeadas por situaciones que no controlan y que

9. A. Sen, *Ética y Economía*, Madrid, Alianza, 1989.

10. A. Sen y M. Nussbaum, *Calidad de Vida*. México, Fondo de Cultura Económica, 2001.



constituyen amenazas (competencia desleal, presión del Estado, cambios tecnológicos, dinámicas de mercado); c) son incapaces de salir, por sí mismas o asociativamente, de esa situación y, en consecuencia, dependientes totalmente de un factor externo (subsidio del Estado, sometimiento a grupos poderosos, presión del financiamiento especulativo), lo que generalmente lleva a prácticas no acordes con los valores declarados; d) no tienen un proyecto de largo plazo; e) carecen, por tanto, de sostenibilidad; f) carecen de la capacidad de actuar con responsabilidad social.

La situación descrita tipifica en nivel ético más precario en el que se encuentra un importante número de empresas, consideradas a nivel global o por países o regiones, no solamente en los escenarios de crisis sino, en muchos casos, de modo permanente. Cabe observar, sin embargo, que, en determinadas ocasiones, hay empresas que por razones coyunturales son empujadas a situaciones de supervivencia, pero que, con el reforzamiento de valores compartidos, con decisores que den ejemplo de integridad y responsabilidad y con estrategias asociativas adecuadas, pueden evitar que tal situación transitoria se convierta en condición permanente.

Pero en escenarios de crisis también pueden existir, según la calidad de sus decisores y de su plataforma e infraestructura ética, *empresas vivas*. Estas, bien implantadas en su territorio: a) trabajan como comunidad de personas; b) valoran el talento de sus miembros y son conscientes de sus fortalezas y debilidades; c) desarrollan capacidad asociativa, vinculándose con sus *stakeholders*; d) son emprendedoras y no dependientes; e) poseen un proyecto de vida de largo plazo, que desarrollan con sostenibilidad y responsabilidad social empresarial; f) están atentas a facilitar el desarrollo del proyecto de vida de sus miembros. Es la situación ética satisfactoria, aunque siempre abierta al mejoramiento continuo, de empresas inteligentes que aprenden y trabajan con excelencia, cuyo número comienza a ser significativo a nivel global.

Supervivencia en el mercado. Vida en el mercado y la sociedad. Ambas condiciones constituyen la plataforma para el desarrollo, en tercer término, de las *empresas vitales*. Estas son las que, recogiendo lo que de positivo pueda haber en las dos categorías anteriores: a) son capaces de adaptarse a los cambios, aún drásticos, sobreviviendo en el mercado sin dejar de ser competitivas, rentables y responsables; b) se ocupan de generar cambios positivos en el mercado y en la sociedad, contribuyendo a lograr intercambios más equitativos y sociedades más justas; c) poseen un proyecto de vida apoyado en valores compartidos



con sus *stakeholders* y con la sociedad, en diálogo con todos los actores sociales; d) desarrollan e irradian vida empresarial, al interior de la organización hacia sus integrantes, y al exterior hacia la sociedad en su conjunto; e) muestran, en su práctica y en su propósito compartido, que es posible ser innovadora, productiva, rentable, ambientalmente sostenible y socialmente sustentable; f) son éticamente inteligentes, asociándose a iniciativas globales de mejoramiento de la vida y constituyen un punto de referencia para las empresas que buscan avanzar.¹¹

Herramientas éticas prácticas en desarrollo

El abordaje ético es una valiosa herramienta para desarrollar estrategias que vinculen a organizaciones internacionales, gobiernos, universidades, empresas y asociaciones de la sociedad civil en la construcción de plataformas de apoyo que permitan a las empresas el paso desde las situaciones de insostenibilidad, marcadas por el aislamiento social, la fragmentación funcional y la baja calidad del desempeño empresarial, a situaciones más satisfactorias, caracterizadas por la asociatividad (entre empresas, con los *stakeholders*, con universidades, gobiernos y comunidades), la calidad integrada de los actores, los procesos y los resultados, la sostenibilidad y la práctica territorial de la responsabilidad social.

De la supervivencia a la vida y de esta a la vitalidad. La empresa que mira al futuro. Que es capaz de contribuir a que se pueda elegir el futuro y a que se comience desde ahora a construirlo en común y responsablemente. Además de ser un desafío para las empresas, lo es también para las escuelas, departamentos o programas de formación empresarial, reto que ha sido asumido por un número creciente de empresas y universidades y que actualmente está ampliando sus resultados valiosos.

Un punto de referencia para ello ha sido, desde el comienzo de su fase operativa en julio de 2000, la iniciativa de compromiso ético de libre adhesión impulsada por la Organización de las Naciones Unidas conocida con el nombre de Global Compact o Pacto Global, orientado a impulsar nuevas prácticas en el campo empresarial sobre la base del cumplimiento de un conjunto de principios de acción que van desde los derechos humanos a la lucha anticorrupción y que

11. V. Martín, *La Empresa Vital. Fines, Estrategias, Prácticas*, Maracaibo, Universidad del Zulia, 2010.



actualmente reúne a ocho mil empresas de ciento cuarenta países. En la misma línea y como herramienta reciente, en septiembre de 2013 dicha iniciativa desarrolló la estrategia Negocios para la Paz (Business for Peace), con el objetivo de comprometer al sector empresarial privado en la contribución a la paz en ámbitos como, entre otros, trabajo, ambiente, anticorrupción y que en el primer mes de su lanzamiento contó con la adhesión de más de dieciséis países del mundo.

Igualmente, como herramientas al alcance de las empresas que eligen avanzar, se encuentran los Sistemas de Gestión Ética como el SGE 21, conjunto de criterios propuestos para la certificación ética para organizaciones empresariales, originalmente desarrollado por Forética (Foro para la Evaluación de la Gestión Ética) en España y con aplicaciones a nivel internacional. También cabe citar la certificación Social Accountability 8000 (SA 8000), sistema documental de gestión centrado en estándares de calidad ética en aspectos sociales y laborales¹² (10), apoyado en estrategias ya consolidadas como la de la norma ISO 9000.

En la misma línea, la guía Global Reporting Initiative (GRI), iniciativa creada en 1997 por la Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES) y el Programa de Medio Ambiente de la ONU (PNUMA), es un instrumento para la actuación social y ética de las empresas. Por otra parte, la norma AA 1000, presentada en 1999 bajo el auspicio del Institut of Social and Ethical Accountability (ISEA) de Londres, es un estándar para las empresas para mejorar la administración y comunicación de su desarrollo ético-social.

Sobre la formación gerencial con bases éticas para la conformación de empresas con responsabilidad social, cabe mencionar, para la región de Iberoamérica, a la Red Iberoamericana por la Responsabilidad Social (REDUNIRSE), que reúne a importantes universidades de esa región bajo el auspicio del PNUD de la ONU, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo y la Unión de Universidades de América Latina (UDUAL), entre otros.

Por otra parte, en la línea de unir en iniciativas de ética y responsabilidad social territorial (RST) a organizaciones e instituciones (universidades, empresas, gobiernos, comunidades) de América Latina y el Caribe, se sitúa el trabajo de organismos internacionales como el Observatorio Regional de Responsabilidad Social para América Latina y el Caribe (ORSALC) de la UNESCO, con sede en Bogotá,

12. A. Fernández Baptista, "Los Sistemas de gestión ética social y medioambiental como promotores del capital social", en *Telos*, V.13 (3), 2011, pp. 312-328.



potenciando la labor ya en marcha por parte de la red de universidades vinculadas al mismo.

Empresa y persona humana

La relación entre la ética y la economía, presente desde los orígenes de ambos saberes¹³, vuelve a plantearse en la economía global y constituye uno de los problemas centrales del nuevo siglo, marcado, desde los años setenta del siglo XX, por el aumento de la información, el desarrollo de la comunicación y la consecuente ampliación de la capacidad crítica de los ciudadanos. Estos factores han contribuido a que el siglo XXI, más que ser el escenario de una especie de *confusión ética* como a veces se ha indicado¹⁴, esté más bien fuertemente marcado por una creciente *demanda ética* que, como exigencia social apoyada los factores mencionados, exige más equidad a los sistemas económicos, más responsabilidad social a las empresas, más transparencia a los gobiernos, más pertinencia a las universidades y más solidaridad a los ciudadanos.

El enfoque ético de la economía cobra actualmente especial vigencia en el campo de una educación gerencial universitaria. En la economía, como mediación fundamental para la vida de los seres humanos –seres limítrofes, apoyados en la materialidad para proyectar su vida con sentido–, se requiere la formación de decisores reflexivos y responsables, que actúen desde y para lo humano, desde y para la vida, y se articulen deliberativamente a una ciudadanía cada vez más activa e involucrada. Se trata de relacionar dicha formación con la capacidad para actuar –y no solo reaccionar– en los actuales contextos de crisis con capacidad de valoración, creatividad y prudencia como vías de orientación para tomar decisiones económicas pertinentes que impactan todas las esferas y dimensiones de la vida de las personas.

Economía y empresa vistas desde lo humano. Las derivas contemporáneas del saber económico parecen haber descuidado esta exigencia, antigua ya, pero cada vez más evidente, al punto que, por ejemplo, el Premio Nobel de Economía 2013 Robert Shiller reconoció recientemente que “el desafío es que sus modelos (matemáticos) se adecúen al irreductible elemento humano de la economía”¹⁵. Tal exigencia

13. V. Martín, “Ética y Economía. Una aproximación desde Aristóteles”, en *Telos*, V. 2 (2) 2002, pp. 153-161.

14. C. Tyler, “The Age of Moral Confusion”, en *Financial Times*, abril 2, 2000.

15. R. Shiller, *¿Es la economía una ciencia?*, traducido de: Yale University, noviembre 17, 2013.



cuestiona los sistemas económicos, las empresas, los gerentes. Ya no bastan las declaraciones de buenas intenciones ni los códigos de ética empresariales solo formales¹⁶. Tampoco cabe, apoyándose en el poder que confiere el manejo de tecnología avanzada, retroceder a la lucha primitiva por “la supervivencia del más fuerte” (grandes corporaciones, grupos económicos poderosos) o diluirse en la propuesta de una fraternidad utópica. No caben en economía los crudos pragmatismos o los vagos utopismos. La exigencia de realismo implica reencontrar lo humano desde las dimensiones económicas de la vida digna de las personas concretas en su doble dimensión personal y asociativa.

La economía y la empresa vistas desde la persona (miembros de la empresa, públicos, ciudadanos, generaciones futuras), desde sus derechos, deberes y compromisos, apunta a recuperar la perspectiva el lugar desde la cual las personas se hacen protagonistas para deliberar, acordar e impulsar los cambios que proyectan una vida de calidad, realizada en asociación y en redes de agentes sociales generadores de bienestar, a través de mejores empresas, organizaciones e instituciones.

Desde esta perspectiva, la empresa vital apunta a constituirse como comunidad de personas, reunidas en torno a valores compartidos y capacidades específicas, integradas responsablemente en vistas a un fin determinado, en convergencia con el bien común. Para serlo necesita presentarse, en primer término, como un *territorio* abierto a interacciones de colaboración (entre áreas específicas pero complementarias de actividad) y de cooperación con la sociedad. En segundo término, como un *espacio* comunicativo en el cual circulan, hacia adentro y hacia afuera, valores y significados que permiten articular socialmente el proyecto de vida de la empresa. En tercer término, cada uno de los miembros de la empresa, como persona y ciudadano, puede así encontrar en y desde ella su *lugar* propio de realización.

Hoy la empresa se piensa, desde ella misma y desde la sociedad, como parte de una relación intra y extra empresarial, cuya calidad depende en gran medida de las decisiones de sus directivos. Impulsar la calidad integrada (empresa-sociedad-ambiente) requiere decisores económicos (científicos, tecnólogos, empresarios, gobernantes) conscientes del impacto de sus decisiones sobre la vida de las personas, de la sociedad y de la especie, capaces de hacer un uso

16. V. Martín “Acuerdos y Normas. Los códigos de ética empresarial”, en *Telos*, V. 2, 2, 2000, pp. 278-283.



prudente (*sabiduría práctica*) del poder que poseen y de su ejercicio responsable (*equilibrio*), en diálogo (*comunicación*) con todos los actores sociales.

El decisor-gerente, como *gestor* (en el sentido fuerte, derivado de *gestar*, dar paso a la vida) de una comunidad empresarial abierta a la comunidad de ciudadanos, puede ser un agente de humanización. Puede decidir *desde* lo humano y la vida (y no solamente desde los intereses y beneficios), dando cabida –junto al poder de intervención– al desarrollo de la capacidad de valoración y de elección. Decidir *con* lo humano y la vida (y no solamente con computadoras, simuladores y estadísticas), haciéndolo en comunicación y escucha con los ciudadanos, deliberando sobre prioridades éticas. Decidir *para* lo humano y la vida (y no solamente para la supervivencia, lo inmediato, el corto plazo), asumiendo la responsabilidad de que haya futuro para las próximas generaciones.

Referentes teóricos de la ética en la empresa

Históricamente la ética ha desarrollado grandes líneas de orientación de la conducta humana que han acompañado la evolución de las preocupaciones centrales de cada época y de cada cultura, desembocando actualmente en la confluencia de perspectivas culturales hacia la progresiva conformación de una ética global.¹⁷ La ética en la empresa hereda de estas grandes orientaciones referentes teóricos, demostrativos de la complejidad y riqueza de los debates contemporáneos, que es posible concentrar en tres grandes cauces: la *ética de bien*, cuyo origen se encuentra en Aristóteles, la *ética del deber*, surgida con Kant, y la actual *ética de la vida* o bioética, que, surgida desde la ciencia con Renselaar Van Potter, transforma todo el horizonte del saber.¹⁸

En relación con la ética del bien, el neoaristotelismo contemporáneo y el pensamiento comunitarista recogen algunos de los temas centrales de Aristóteles, pensados en clave de actualidad, y aportan a la ética en la empresa, entre otras, reflexiones críticas acerca del formalismo abstracto (“formas” declaradas, separadas de las prácticas reales, códigos deontológicos vacíos), la importancia de la sensibilidad moral junto al cognitivismo ético, la relación de las decisiones morales con una comunidad moral concreta, el carácter histórico de

17. N. Bilbeny, *Por una Causa Común. Ética para la Diversidad*, Barcelona, Gedisa, 2003.

18. G. Cely Galindo, *El Horizonte Bioético de las Ciencias*, Bogotá, 3R Editores, 2001.



los valores y la caracterización de las prácticas virtuosas según las diversas formas de bien que cada sociedad haya asumido. En esta línea, Alasdair MacIntyre y Charles Taylor, desde una moral de las virtudes y desde la dignidad y el respeto a la vida ajena, respectivamente,¹⁹ se constituyen en valiosos referentes.

La ética del deber tiene contemporáneamente su expresión más rica en la ética discursiva de inspiración kantiana y su principal aporte al debate ético sobre la empresa recoge el núcleo del pensamiento de K.O. Apel y J. Habermas. “La racionalidad del ámbito práctico, el carácter necesariamente universalista de la ética, la diferenciación entre lo justo y lo bueno, la presentación de un procedimiento legitimador de las normas y la fundamentación de la universalización de las normas correctas mediante el diálogo”²⁰ son aportes provenientes de esta perspectiva. Autores como Adela Cortina, Carlos Thiebaut y Victoria Camps han hecho sensibles contribuciones al ámbito de la ética en la empresa²¹.

Desde la ética de la vida, que nutre las perspectivas de la bioética empresarial y de la vitalidad de empresa, se aportan al campo de la empresa, en primer término, reflexiones acerca de la valoración, cuidado y promoción de la vida, desde la empresa, en las dimensiones personal, organizacional, comunitaria, social y ambiental. Resaltan, por otra parte, el concepto de la empresa como proyecto, compartido con sus miembros y con los actores sociales, el estudio de los factores de vitalidad de empresa, responsabilidad social, modelos ecológicos, la relación entre prácticas éticas y longevidad de empresa, el valor de las empresas familiares y la caracterización de las empresas de supervivencia, vivas y vitales.

Entre los autores de referencia, bajo la irradiación del pensamiento de Hans Jonas, Potter o Ladrière, los aportes, en ámbito latinoamericano, de W. Pfizenmaier, A. Elizalde, H. Cely Galindo, G. Hoyos entre otros, y en ámbito europeo, de autores como F. d’Egidio y E. Giaretta en Italia o X. Etxeberria o J.A. Caride en España han ido creando una plataforma para pensar *la empresa que viene* desde perspectivas bioéticas del cuidado y la sustentabilidad.

19. A. MacIntyre, *Tras la Virtud*. Barcelona, Crítica, (1994); Ch. Taylor, *Ética de la Articulación*, Barcelona, Paidós, 2001.

20. N. Labarca, “Ética Empresarial: un aporte teórico para su discusión”, en *Revista de Ciencias Sociales*, (2010) Vol. XVI (4), pp. 665-676.

21. A. Cortina, *Ética de la empresa*. Madrid, Trotta 2000; V. Camps, *Historia de la Ética*, Barcelona, Crítica. 1994.



Desafíos éticos de la educación gerencial

En el abordaje conjunto de los niveles de la gerencia, la empresa y los sistemas económicos, los cambios en curso se orientan, en primer término, a que el decisor-gerente se forme desde una educación crítica y responsable que le impulse a desarrollar capacidades en todas sus dimensiones como persona, no solo la capacidad racional de calcular ventajas y beneficios, con el fin de que sea capaz de tomar decisiones equilibradas.

En vistas de los cambiantes escenarios, el decisor ha de ser capaz de decidir, no solo optar. Es decir, crear alternativas y no solo escoger entre las posibilidades que se generan desde el ámbito externo. Orientando los cambios (no solo sufriendolos), se requiere una formación gerencial que cultive el juicio crítico, en un proceso permanente de acompañamiento que refuerce la capacidad valorativa que sostiene decisiones responsables. Decidir para mejorar la *calidad de la vida*, medida con indicadores socioeconómicos, como plataforma para la realización de una *vida de calidad*, medida con indicadores éticos.

La empresa, actualmente en proceso de dejar de ser agregado de individuos definido por una función y orientado únicamente a la obtención de resultados, se descubre hoy como parte de una relación valiosa, humana, ciudadana. Los sistemas económicos, por su parte, están siendo revisados críticamente desde la realidad de inequidad y desigualdades que efectivamente han producido, en vistas a las exigencias de hacer posible una vida digna, en compatibilidad con el ambiente y con visión de largo plazo. En tal sentido, en el actual debate, entre los grandes desafíos éticos que se plantean en economía y ponen en perspectiva el desempeño de las empresas, figuran el abordaje de la inequidad, la relación con la ecología y la contribución a la convivencia.

En relación con los niveles de inequidad, la exigencia ética es la de pensar y actuar una economía que se vea a sí misma y se construya en red con los actores sociales –mediada por la acción reflexiva de los gerentes, por el desempeño responsable de las empresas y por las decisiones económicas consensuadas de los gobiernos–, como mediación eficiente (con un avanzado instrumental tecnocientífico) y reflexiva (consciente y crítica) orientada a la reducción sustancial de la pobreza, a facilitar el acceso de todos a la educación y a la obtención de niveles de bienestar para la mayoría, que permitan desplegar una vida más humana. Todo ello como parte de políticas y cambios estructurales, no solo como reacción ante las crisis.



En relación con la convivencia, una economía empresarial centrada en las personas puede convertirse en base efectiva para evitar que la mayor capacidad de acceso a bienes y posiciones se transforme en el establecimiento de relaciones de poder, sino que al ofrecer un acceso amplio a bienes compartidos, puedan desarrollarse relaciones de solidaridad. En la práctica, los acuerdos de articulación entre empresas, universidades, sociedad civil y gobiernos pueden concertar objetivos, establecer prioridades, proteger a los sectores más vulnerables y promover la participación de los ciudadanos en el desarrollo de relaciones productivas y distributivas más equilibradas.

En relación con la ecología, la exigencia ética promueve una economía empresarial que apunte al desempeño excelente, en respeto y compatibilidad con el ambiente, no solamente en vistas de no dañar los equilibrios sino de beneficiarlos, en el marco de relaciones de justicia y con el consentimiento de los diferentes actores involucrados. El abordaje (*bio*) ético impulsa asimismo, como parte de un compromiso con el futuro (*posible-deseable*), un esfuerzo efectivo hacia la desmaterialización de la economía, reduciendo sustancialmente el uso de materia prima no renovable, aumentando el uso de energía limpia y “desmaterializando” la mente, desvinculando el nivel de realización personal del mero “tener más”.

Tales desafíos ensanchan los ámbitos formativos de la economía y la empresa, dejando atrás la pretensión de autofundación y autojustificación del saber económico-empresarial. El abordaje ético distingue, en primer término, entre la *ciencia* económica, centrada en el poder de intervención de conocimiento económico en la sociedad; en segundo término, el *saber* económico, como capacidad de integrar dicho poder a objetivos sociales compartidos en rango de prioridad, establecidos deliberativamente y considerados valiosos y, por ello, convenientes; y, en tercer término, la *sabiduría* humana, que el decisor económico está llamado a compartir con todos los seres humanos en vistas a hacer posible el futuro.

En el campo económico-empresarial cabe reconocer la necesidad de articular de un modo nuevo *complejidad* y *especialización*. La empresa ha vivido largo tiempo entre el reconocimiento de la complejidad y su cierre en la especialización. Consciencia de un espacio-mundo en donde hechos, procesos, saberes, profesiones se relacionan entre sí y en el cual todos nos necesitamos (*espacio utópico de solidaridad*); versus reducción a un territorio-nicho, donde cuánto más se conoce de algo puntual (como empresas), más poder



se tiene (*territorio pragmático de poder*). Es necesario restablecer los nexos, pensarlos y llevarlos a la práctica.

El saber sobre los nexos, el saber sobre los diálogos necesarios (entre personas, valores, ideas, culturas; entre empresas y ciudadanos), el saber acerca de los “puentes” –entre complejidad y especialidad, entre conocimiento y responsabilidad, entre utopía y pragmatismo, entre solidaridad y poder–, está marcando el debate económico en ámbito académico, aunque todavía con limitada incidencia efectiva en la sociedad. Sociedad, mercado, empresas preocupados exclusivamente por la “productividad” y obsesionados por estrategias de racionalidad: plan de negocios, penetración en el mercado, maximización del beneficio que caracterizan la economía-mundo capitalista dominante, para el que poco cuentan las personas reales.

Ética y empresa: una relación en desarrollo

En los años setenta del siglo XX comenzó a difundirse, inicialmente en los Estados Unidos y luego, con otra connotación, en Europa, el concepto de *business ethics*, que comienza por marcar el gran campo de una ética de los negocios, para ir especificándolo en una ética empresarial, ética de la empresa y ética en la empresa. La tendencia ha sido avanzar en la dirección de una ética que orienta la actividad empresarial en el marco de una ética cívica,²² incorporando, además, en una perspectiva de progresiva impregnación social predominantemente europea, los temas de la gestión ética y la responsabilidad social.

La empresa del siglo XXI se ha apropiado legítimamente de la herencia del poder del conocimiento y su expresión cuantitativa, que sigue siendo necesaria para establecer –mediante la racionalidad analítica–, las *tendencias* en las que se moverán la economía, las empresas, los mercados, la sociedad. Ella puede así hacer predicciones, tomar previsiones y formular planes para asegurar la supervivencia (de personas, empresas e instituciones). Pero más importante y decisivo es que la empresa asuma y desarrolle reflexivamente la racionalidad *valorativa* propia del campo humanístico, para reconocer, más allá de las visiones sectoriales, las *megatendencias* en las que convergen

22. A. Cortina, (Coord.) *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trotta, 2003.



actores económicos, sociales, políticos y académicos, orientadas no solo a defender de la vida que se predice (pasivamente) como *posible*, sino principalmente a la construir de la vida que se busca (activamente) como *deseable*.

Un pensamiento empresarial no solo para planificar técnicamente la supervivencia, sino para proyectar éticamente la vida. Para actuar no solamente desde la función *científico-predictiva* del poder ordenador-proyectivo de la máquina, sino principalmente desde la razón *ético-anticipativa*, que personaliza las decisiones, interpreta, elige y coloca la tecnología más avanzada al servicio de la opción más valiosa, corresponsabiliza la búsqueda de lo que en común se estima como lo mejor y activa el compromiso, la capacidad de organización y la creatividad.

El espacio para pensar hoy el *sentido* de las empresas y, en general, de la actuación de los agentes económicos, está definido no tanto por su amplitud (globalización) o su eficacia (tecnologías) sino por su profundidad: afirmación del valor de la vida, percepción del riesgo en que se encuentra la vida y exploración de las nuevas posibilidades que pueden ser activadas mediante aplicaciones tecnocientíficas para el desarrollo equilibrado de la vida. Todo ello mediante herramientas prácticas acordadas entre personas concretas asociadas en torno a lo valioso común. Desde la demanda ético social (responsabilidad) y la demanda epistémica (creatividad), se trata de replantear las bases humanísticas de la formación gerencial, la legitimidad social de la actuación empresarial y la proyección de la economía como espacio de decisiones sostenibles.

Para la economía, el desplazamiento de la pregunta de la eficacia al sentido abre el campo para reformular los programas de formación de decisores, para trabajar en la revisión de la plataforma y la infraestructura ética de las empresas, para impulsar una cultura de responsabilidad social, para avanzar en la conformación de redes de empresas responsables y para profundizar los lazos entre las universidades, empresas, gobiernos y personas socialmente organizadas. Están en cuestión el sentido de los sistemas económicos, desde el reclamo de equidad; el sentido de la empresa, desde el reclamo de responsabilidad social; el sentido de la gerencia, desde el reclamo de una visión más humana. La respuesta a estos cuestionamientos no es *intracientífica*: proviene del ámbito de la cultura, del núcleo ético-valorativo del pensamiento humanista.

Desde esta perspectiva, es necesario precisar los términos de la propuesta, con frecuencia planteada de modo simplista, de superar



la llamada “brecha tecnológica” que separa a los países pobres de los países tecnológicamente poderosos. No basta con señalar que el mejor (o único) camino es ir hacia modelos ya definidos como “avanzados”, sociedades tecnológicamente estructuradas (aunque humanamente fracturadas) que tienen en lo productivo su único objetivo. Ello supone plantear, para los países pobres, la “necesidad” de que la educación y, en particular, la educación gerencial, se apoye exclusivamente en contenidos científico-tecnológicos, con la consiguiente supresión de los contenidos humanísticos. Hoy en día, paradójicamente, en los propios países tecnológicamente poderosos, esta supuesta “necesidad” es un asunto cuestionado en los por parte de lúcidos pensadores que están mirando al futuro²³.

La crítica a los modelos productivistas

La crítica que se realiza al modelo educativo de los países tecnológicamente poderosos apunta a que la visión de la producción como único *telos*, como finalidad única de la formación, supone un empobrecimiento de lo humano y una reducción de las capacidades para elegir el tipo de vida que vale la pena vivir y por el cual es necesario esforzarse. Esta visión reductiva, apoyada en una articulación entre tecnologismo (deformación de lo tecnológico), informática y ciencias físico-matemáticas, termina por entender la modernización como tecnologización y a la sociedad como tecnológica y especializada (fragmentada). En esta perspectiva unidimensional y des-integrada (despersonalizada), no caben la reflexión ni la pregunta por el sentido (integradoras).

En la educación empresarial y gerencial heredada de la mentalidad tecnocientífica, se trataba, contradictoriamente, de “formar” individuos y empresas cada vez más especializados, eficientes y productivos, pero –sin reconocerlo– incapaces de comprender y, en consecuencia, de moverse con *sentido* (no solo con conocimientos) en sociedades y mercados cada vez más complejos. Por consiguiente, también imposibilitados de saber y poder integrar metas, objetivos y bienes particulares perseguidos en un ámbito específico (economía, empresa, mercado), con un bien pensado y deseado como compartido y común (la sociedad, las instituciones, el sistema de convivencia). Gerentes

23. Cf. Nussbaum, M., *Sin fines de lucro. Por qué las democracias necesitan de las humanidades*. Madrid, Katz, 2010.



y empresas entendidos solo como *operadores de mercado* y no como *agentes económicos*, estos últimos capaces de integrar su saber con el desarrollo de la sociedad, la cultura y la vida desde una perspectiva más humana.

Esta educación gerencial ha sobresalido en el objetivo de formar gerentes para resolver problemas, dando amplias muestras de poder para ello. En cuanto a capacitarlos para dar explicaciones de los fenómenos, ha avanzado solo en parte, por haber concentrado toda explicación en el ámbito analítico-demostrativo, desvalorizando las otras dimensiones de la persona y de las comunidades. Pero en el objetivo de construir una plataforma para la búsqueda de sentido de la actividad para la cual se educa, decididamente dicho modelo educativo gerencial ha fallado: no deja espacios para pensar y elegir, no forma gerentes ni consumidores reflexivos, sino productivos y consumistas, que sean capaces de ir *más rápido*, pero no que se pregunten *hacia dónde van*.

A pesar de los espejismos tecnológicos, en la economía y en la empresa puede ser peligroso ir cada vez más rápido, sin saber a dónde se va: puede que se vaya al desastre. Una economía en la que solo quienes obtienen de ella grandes beneficios creen, en una estrecha visión cortoplacista, saber a dónde van (riqueza rápida, poder, prestigio) –lucrando en la inequidad, la explotación de las personas o la irresponsabilidad ambiental–, puede ser una economía de desastre. Una empresa al mando de gerentes “tecnocientíficos”, que marcha irreflexivamente hacia el mito de un ilimitado beneficio, si no se plantea cuáles son sus *finés* y cómo compartirlos con la sociedad, cómo utilizar legítimamente sus *medios* y fortalezas, en qué tipo de economía se incluye y para qué *tipo de vida compartida* trabaja, puede que vaya a su propio fin.

En el espacio económico-empresarial contemporáneo, dichos gerentes pueden anularse como personas, y convertidos en meros generadores de relaciones de funcionalidad (“funcionarios” de una empresa y una economía cuya orientación no cuestionan), de superficialidad (“facilitadores” de procesos solo centrados en el consumo), o de materialidad (“beneficiarios” de un interés económico propio inmediato). No pueden ser éstos los gerentes para el siglo XXI. En el mismo sentido, algunas Universidades y centros de formación económica centran sus programas gerenciales en el aludido esquema reductivo –la “superación de la brecha tecnológica”– con exclusión del pensamiento humanista, reflexivo y crítico. Tampoco pueden ser éstas las universidades del siglo XXI.

Pero sería un simplismo inaceptable plantear: “Más humanismo, menos tecnociencia”; se trata, en cambio de buscar *más centralidad de*



la persona, como referente de los procesos de humanización mediados por la empresa; *más ciencia y tecnología*, como herramientas humanizadoras; *más humanismo*, en cuanto reflexión deliberativa dadora de sentido; *más y mejor diálogo* entre tecnociencia y humanismo en la economía y la empresa, sobre todo a través de la educación; *más y mejor relación* interactiva entre universidad, empresa, sociedad, gobierno, en busca de proyectos efectivos para construir calidad de vida.

Conclusiones

Como se ha dicho, el siglo XIX fue un siglo de muchos fines (filosóficos, económicos, ideológicos), pero de pocos medios (tecnológicos); el siglo XX, en cambio, fue de muchos medios (avance espectacular del conocimiento y de su aplicación a la toma de decisiones), pero de pocos fines (déficit valorativo, escasa responsabilidad). El siglo XXI puede ser, enfocado desde una visión humanística de la economía, la empresa y la gerencia, el siglo de la vinculación, de la articulación valiosa y el equilibrio entre medios y fines, que no se pueden alcanzar sino desde el *humanismo* y en el ámbito abierto de la *cultura*.

La economía, la empresa y la gerencia tienen hoy la necesidad de superar el *telos* únicamente productivo para volver al “hombre total” del que hablaba ya Aristóteles, donde coinciden el gerente (decisor, agente económico), el ciudadano y las personas. La categoría que los integra es la del *hombre de la cultura*, de la *Paideia* griega, el ser humano creativo, crítico, altamente competente y al mismo tiempo cooperante y solidario, capaz de comprender y valorar, además de entender y actuar eficazmente. Un agente económico trabajando en red con personas, organizaciones, instituciones; capaz de actuar con criterio moral, responsabilidad social y conocimiento gerencial.

La economía y a la gerencia contemporáneas pueden entender la modernización desde bases humanísticas –que valoran la vida, gerencian sus riesgos y promueven sus posibilidades– para construir una *gobernanza global* fundada en la convergencia de empresas, gobiernos y ciudadanos en la búsqueda de relaciones de equilibrio y armonía entre equidad, productividad y sostenibilidad. Una visión que reactualiza las bases del “armonismo” aristotélico, orientado no a perseguir una utopía sino a construir deliberativamente la compleja práctica del equilibrio, como lo señalan N. Berggruen y N. Gardels²⁴, quienes pro-

24. N. Berggruen y N. Gardels, *Gobernanza inteligente para el siglo XXI*, Bogotá, Taurus, 2012.



ponen, en la convergencia entre economía y política, superar el modelo primitivo y competitivo de evolución –“supervivencia de los más aptos” – por otro “menos conflictivo, más inteligente y cooperativo: la supervivencia de los más sabios”.

Una economía y una empresa que, desde bases éticas, superen la noción (o el mito) del “progreso”, el cual, de la mano de las tecnologías, ha traído grandes avances en la vida reciente de las sociedades, pero lo ha hecho con serias consecuencias, tales como la desaparición de la diversidad cultural, la degradación de la vida de las personas (“sobrevivientes” de las sociedades tecnológicas) y el deterioro del ambiente.

Otra economía y otra empresa, fundadas en otra inteligencia: una *inteligencia ética* que *valora* lo que hay (descubre posibilidades valiosas, desarrolla capacidades, refuerza comunidades), *valoriza* lo que puede haber (permite imaginar lo deseable, reorientando el poder en vistas de la solidaridad) y *compromete* con la realización de lo que en común establecemos como valioso. Inteligencia ética del *fin* (valioso), de los *medios* (buenos) y de las *estrategias* (legítimas).

Rehumanizar la economía, la empresa y la gerencia implica, inicialmente, reactualizar la ética, es decir poner en acto los valores declarados por empresas, gobiernos y academias; hacerlo, en segundo término, en el camino hacia una economía éticamente inteligente, que, saliendo de la concepción del ser humano como productor-consumidor, promueva y practique valores fundamentales como el desarrollo humano, el cuidado de la vida o la convivencia; y que, al mismo tiempo, impulse el desarrollo del bienestar material a través de la actividad empresarial productiva y responsable. En tercer término, desarrollar una economía y una empresa que asuman la justicia y la equidad como parte de las exigencias de la *ética cívica* de la que forma parte la ética de la empresa.

Como señala Martha Nussbaum²⁵, en el marco de la crisis global, la crisis educativa es aún más peligrosa que la misma crisis económica, y por ello el abordaje de esa *otra* economía –más humana, sostenible y sustentable– y de esa *otra* empresa, más vital y cercana a las personas, comienza por la reflexión y la práctica de *otra* educación gerencial, con el desarrollo –desde el interés humano y los contenidos humanísticos– de mentes reflexivas, abiertas, flexibles, críticas y creadoras.

Desde este abordaje y ampliando las bases de la formación gerencial para una empresa vital capaz de afrontar los desafíos éticos del

25. M., Nussbaum, *op. cit.*, p. 37.



siglo XXI, la gerencia es, en primer término, *arte*, en cuanto requiere capacidad para apreciar y generar armonía, como, entre otros, lo expone Franco Marzo en propuesta del Modelo B.A.C.H (“Business Analysis of Corporate Harmony”)²⁶, inspirado en la estética musical. En segundo término, la gerencia es *ciencia*, porque busca dar explicaciones racionalmente fundadas, planificar, organizar y proyectar. En tercer término, la gerencia es *saber*, en la medida en que requiere integrar perspectivas y pensar responsablemente en las consecuencias de la acción. Y es, finalmente, *sabiduría*, porque se apoya en la valoración y promoción del equilibrio, decide con prudencia y con determinación y proyecta vida hacia el futuro sostenible.

La *vida económica, empresarial y gerencial* depende de que se recupere la capacidad de proyecto, que está en el núcleo de la bioética empresarial. La economía, la empresa o la gerencia no pueden apoyarse en seres humanos que se autoperciben y actúan como sobrevivientes, ni estar dirigida con estrategias de supervivencia. Capacidad de proyecto es equivalente a capacidad de sentido: *sentirse parte de*. La Economía que se siente parte de la vida de la sociedad. La empresa que se siente parte de una red de actores sociales. El gerente que se siente parte de la comunidad de la empresa. Sentirse parte *de*, ser solidario *con*, hacerse corresponsable *para*: comunidad, solidaridad, responsabilidad. Es el camino para una economía y una empresa en busca de sentido.

26. F. Marzo, *Il modelo B.A.C.H. Business Analysis of Corporate Harmony*, Milano, Franco Angeli, 2008.