

LA ÉTICA EN LOS NEGOCIOS Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA EL TRABAJO.

Dr. Julio Ismael Camacho Solís¹⁷⁸

Sumario: **Resumen. Introducción. 1. La ética y su eficacia. 2. La ética en los negocios 3. Límites y restricciones. 4. Interpretación cultural de los valores en los negocios. 5. Códigos de Ética Empresarial. 6. La responsabilidad social en las relaciones de trabajo; su eficacia. 7. La política de empleo y responsabilidad ética compartida.**

Palabras Claves: Ética, Responsabilidad Social, Negocios.

Resumen:

El mundo de hoy está inmerso en una serie de retos y desafíos éticos, morales y sociales ante los cuales no se puede ni se debe ser indiferente, máxime si estos desafíos nos presentan una sociedad sedienta de justicia, desarrollo y equidad para quienes la integramos, tanto en los países subdesarrollados como los desarrollados. Esta consecuencia se origina por la falta de ética de quienes toman decisiones, tanto en el sector privado, social así como en el sector público, y con ello marcan el derrotero de las diferentes comunidades que integran la pequeña o gran aldea que es nuestro mundo, la sociedad se halla en constante transformación. Vivimos un vertiginoso ritmo de crecimiento acelerado y cambios constantes en las características generales de nuestro mundo contemporáneo. Si la justicia y la equidad y la responsabilidad social son los criterios que determinen la eficacia de la ética en general. Entonces seamos eficaces en cada entorno de nuestra existencia, lo cual puede llevar aparejado el componente de integración común que es la responsabilidad social.

¹⁷⁸ Licenciado en Derecho (Universidad Veracruzana). Licenciado en Administración de Empresas. Maestro en administración. Doctor en Derecho (grado obtenido con mención honorífica). Académico de Tiempo Completo de la Facultad de Contaduría y Administración Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas. investigador Nacional Nivel I del SNI-CONACYT. Académico Perfil Promep. Académico certificado por Anfece. Miembro Activo de la Sociedad Mexicana de Derecho del Trabajo y la Seguridad Social. Integrante de la Red Panamericana de Responsabilidad Social.

Introducción

La ética de y para los negocios tiene que ver con las normales morales, jurídicas y hasta prácticas sociales de cómo se aplican en las empresas y como afectan a las personas que trabajan dentro de áreas específicas, y en especial a las que realizan procesos y procedimientos que llamamos negociaciones. Dé la noción de ética en general sé deben destacar los principales valores que consideramos deben aplicarse en una negociación empresarial, en el entendido que esta debe ser justa y éticamente responsable. La ética de los negocios, es considerada como una ética aplicada, una especie de ética formulada, lo cual no es otra cosa que la puesta en práctica de lo que entendemos como bueno y correcto, dentro de la gran diversidad de contratos, acuerdos, transacciones, actividades, ocupaciones, qué llamamos negociaciones,acuerdos,pactos o buenas practicas empresariales.

1. La ética y su eficacia

La Ética es el resultado de la moral y de los sistemas de moralidad, o principios de conducta. Está relacionada con los conceptos de bueno y malo y con lo que se debe hacer o no hacer en las decisiones y acciones. 179

Por lo anterior, podemos asegurar que la ética está involucrada en forma estrecha en prácticamente todas las decisiones de cualquier ámbito de los negocios que se formalicen, desde el tipo de productos que se van a fabricar, las prácticas del mercadeo y publicidad hasta las formas de negociar aspectos de índole secundario o transitorio; sin embargo, cuando se toman decisiones de tipo estratégico, corporativas u operacionales, incluso de tipo legal o jurídico con frecuencia las implicaciones éticas son fácilmente olvidadas.

Un problema interesante es particular en el mundo global de los negocios es la relación del comportamiento legal y el ético, ya que en muchas ocasiones las normas sociales relacionadas con el comportamiento moral o ético no han sido incorporadas dentro del sistema legal del país que se trate. Cuando se toman decisiones para tratar de cumplir las normas legales como las éticas, no existe conflicto de ninguna clase, pero cuando por cumplir un precepto moral se comete una ilegalidad, o al cometer una acción perfectamente legal, se vulnera un principio moral, entonces se presentan conflictos de orden personal, económico o social que pueden ser de mucha consideración que consecuencia misma se traduzca en un probable conflicto de intereses.180

179 Avila Marcue Felipe.Tácticas para la negociación Internacional. Editorial Trillas. México.DF 2009.P.250.
180 Ibidem.P.251

Podemos llamar valores morales a las características que hacen que la forma de actuar de cada persona en lo individual vaya de acuerdo con nuestra dignidad personal y por lo tanto, con la moral. La justicia, el respeto y la honestidad son valores morales por que nos permiten obrar con nuestra dignidad personal. Los valores no se tocan, se reflejan en las obras que hacen los hombres, de ahí la importancia de actuar éticamente, más que preocuparnos por comunicar verbalmente los valores. No olvidar que la mejor forma de predicar los valores no es anunciándolos sino vivirlos y demostrarlos. La ética tiene que ver con nuestra actuación no solo como personas individuales sino también como miembros de una colectividad dentro de la sociedad.¹⁸¹

La ética no puede limitarse a un conjunto de reglas, plasmadas además en un código, estatuto o reglamento que deben ser respetadas por toda persona que trabaje en una o para una empresa. Si existen reglas estas de deben aceptar por convicción y no por imposición, porque que aceptar que la ética es algo que nace y surge como consecuencia de la dignidad de la persona humana y se mantiene para salvaguardar incluso la misma dignidad. La ética además no puede reducirse a la vida privada, ésta deberá ser de índole expansiva que se extienda a todo el entorno posible; es decir a las relaciones familiares o con los amigos, o en el ámbito de la vida religiosa, de tal manera que quede excluida de la vida de los negocios y de la vida pública.

Por ello de que la decisión sobre qué valores deben prevalecer, en un momento de conflicto, si los valores morales o legales se encuentran en entredicho, en una decisión de índole netamente personal. El reto consiste en encontrar formas básicas de actuar dentro de un ambiente globalizado. Algunos autores consideran que esto es muy utópico y que existe un sinnúmero de casos en que no será posible conciliar ambos criterios, si es que se quieren obtener los resultados deseados en el negocio de que se trate. Sin embargo, es necesario establecer de que, en caso de duda, las consideraciones morales deben prevalecer, aun cuando se afecte el resultado económico del propio negocio. Un negocio basado en engaño o abuso, o que produzca un daño, directo o indirecto, a la larga repercutirá en detrimento de la persona que lo promovió o simplemente lo implementó. Es evidente que esto no es así de simple. Una complicación en esta problemática se presenta con frecuencia en negociaciones interculturales cuando los valores morales de una de las partes son diferentes a los de la otra. En este caso, es común que en cierta decisión de una de las partes vaya involucrado un deseo de modificar o no respetar un principio moral de la otra, con base en sus propias consideraciones éticas. Si este es el caso, la generación de conflictos es evidente. Por un lado, tendremos el problema relacionado con aceptar algo que va en contra de nuestros propios estándares de la conducta, Por otro lado, el pretender imponer esos estándares a personas de

¹⁸¹ Ramírez Padilla David Noel. Integridad en la Empresas. Editorial. Mac Graw Hill. México DF. 2007. P.31.

diferente cultura, ocasionará dificultades adicionales en el entendimiento esencial para lograr el acuerdo deseado.

Algunas definiciones y conceptos sobre ética:

- No se puede hablar de ética sin nombrar a Aristóteles, a quienes muchos autores consideran el fundador del concepto. Aristóteles consideraba que “la ética se basa en la finalidad de la acción humana”. Su concepción de la ética se basa en la responsabilidad, en el respeto a la otra parte y la cooperación.
- Tzu Kung le preguntó a Confucio si la forma de obrar correctamente podría resumirse en una sola palabra, Éste le respondió: “reciprocidad”. No hagas a los demás lo que no quieras que te hagan a ti.
- De acuerdo con Erich Fromm un principio fundamental de la ética nos dice más o menos lo mismo: “Todo lo que hagas a otros, te lo haces también a ti mismo. “
- Ética es respetar las normas, las leyes no escritas.
- Existen tres conceptos fundamentales de la ética: los valores, la honestidad y la verdad.
- Ética es la parte de la filosofía que estudia la moralidad del actuar humano, es decir, su calificación en bueno o en malo.
- La ética define a la empresa que se quiere ser y a las conductas que se esperan de todos los que forman parte de ella.
- Ética = eficacia + deontología. Esta definición sigue las bases de Aristóteles. “La ética es el arte del éxito, a largo plazo, que se supone por una parte, el bien propio, lo que en los negocios sería eficacia, pero sólo con respeto a los demás, es aquí donde entra la Deontología. El respeto a los demás implica necesariamente, el respeto a la ley y a los principios básicos de la moral universal.¹⁸²
- En términos simples y llanos, la ética es un término pragmático, de donde el pragmatismo afirma que todo aquello que funciona es, por ese mismo hecho, bueno y verdadero.
- La ética o ciencia de la moralidad, es la ciencia que se ocupa de lo que los hombres hacen de sí mismo, a diferencia de la técnica, que se ocupa de lo que los hombres hacen con aquello que los rodea.
- La ética es una práctica individual intransferible, íntima. Es el espacio personal en que no existe castigo, sanción u obligación. Cada cual decide qué es lo que quiere y lo que no quiere, según su propia convicción.¹⁸³

¹⁸² Gelinier, Etica y Moral. Editorial Universal. Madrid. España. 1997, p. 45

¹⁸³ Savater, Fernando Ética para amator. Editorial Universal.Madrid,España.1988.Pag.65

- A partir de estas definiciones, podemos apreciar que en el proceso de cualquier negocio se tiene una dificultad cuando trata de considerar el aspecto ético en un proceso de negociación, porque se trata de una relación presentada por dos negociaciones que se enfrentan a la ética como un asunto con dos perspectivas: una que compete a la empresa para la cual trabajan y la otra, que se presenta como un factor de comportamiento individual, propio de las personas, de los negociadores en este caso.¹⁸⁴

2. La Ética en los Negocios.

En las negociaciones que llevan cabo quienes representen los intereses de los negocios deberán tomarse en cuenta las siguientes consideraciones:

a) Consideraciones de índole jurídica. En el ámbito de las negociaciones empresariales, es importante no confundir lo que es jurídicamente lícito con lo que es moralmente bueno. Un contrato empresarial se firma por los representantes de ambas partes, ellos deben contar con las capacidades y poderes legales para hacer este tipo de acuerdo o transacciones. Por este solo hecho, el contrato firmado tiene una protección de ley, es decir su norma protectora. En el aspecto jurídico se presentan dificultades para discernir entre lo que es lícito y lo que resulta ilícito, Aquí se trata de un asunto de conciencia y de realidad, donde es inadmisibles pensar que todo lo legal que se desarrolle en un proceso de negociación, o se plasme en un contrato, tiene forzosamente que ser ético. Tampoco puede aceptarse que todo lo legal tenga forzosamente que ser legítimo. Las cláusulas de un contrato se deben redactar pensando en “la intención de las partes”. Definiendo en forma clara las obligaciones que pretenden adquirir por lo que es necesario tomar en cuenta que dichas obligaciones no pueden ser contrarias a la ley, es decir, que deben ser legales. La conciencia ética del comprador empresarial debe ir más allá de los marcos jurídicos o legales. Se trata de una forma personal de asumir sus convicciones de respeto a sí mismo, a su trabajo y a la otra parte.

b) Consideraciones en términos de confianza. Al término y como resultado de las negociaciones se acuerdan un contrato, se pone por escrito y se firma. Los negociadores de ambas partes, comprador y vendedor pueden confiar en lo que se ha escrito. Si se presentan incumplimientos por alguna de las partes, se aplican penalizaciones; en la última instancia, si es algo relevante falla, la parte afectada trata de Negociar contractualmente o se defiende vía una demanda o un pleito jurídico. A menudo, las partes negociadoras olvidan que firmar un contrato no garantiza la ejecución de los acuerdos o cláusulas firmados y que en muchas ocasiones el incumplimiento de algún aspecto o cláusula en alguna de sus partes, es más rentable que el

¹⁸⁴ Aldana Herrera Francisco. El arte de la negociación empresarial. Editorial Trillas. México.DF.2007.P.189

cumplimiento. Cuando se acuerdan tiempos de entrega de un bien o de un servicio, en muchas ocasiones el incumplimiento de algún aspecto o cláusula en alguna de sus partes, es más rentable que el cumplimiento

Cuando se acuerdan tiempos de entrega de un bien o de un servicio, en muchas ocasiones el vendedor sabe que no cumplirá sus entregas en las fechas solicitadas por el comprador, pero las acepta porque de este modo gana la venta y también porque ha realizado un análisis del costo de las afectaciones y penalizaciones versus la implicación de no tener el contrato y prefiere pagar las probables consecuencias, que no tenerlo.

En este caso, entra en juego una variable, un factor ajeno a lo que se ha negociado y que ejerce una influencia muy importante en los resultados: la confianza, Ésta no puede cederse o darse cambio de otra cosa, solo se puede crear o generar.

La confianza se constituye como una especie de acto de fe. En una negociación empresarial, una de las partes, el comprador, tiene la esperanza y la fe de que la otra parte, el vendedor, le haga entrega de los bienes o servicios en la fecha acordada y firmada en el contrato. Pero ¿cómo puede un comprador asumir un riesgo tan grande, de predecir la conducta futura de la otra parte?¹⁸⁵

3. Límites y Restricciones.

Hasta hace muy poco tiempo y en forma particular en el medio de negocios norteamericanos, por ejemplo no había ninguna referencia ni estudio serio sobre la importancia de la ética en los negocios, pero se cree por la declinación en los valores morales de una sociedad cada vez más conflictiva, a últimas fechas, se le da importancia a estos problemas.¹⁸⁶

En nuestro medio también se observa una doble escala de valores practicada por mucha gente: unas es la forma de actuar en familia o en el medio donde destacan sus valores morales y otra, en los negocios o en la política. No en desperdicio alguno se dice que los valores morales de la sociedad actual están en franca decadencia.

Afortunadamente, existe también la otra corriente, la de padres de familia y maestros convencidos de su responsabilidad social y por demás integral ante las generaciones del futuro, para formar personas y profesionalitas que valoren las ventajas de un comportamiento ético. Lax y Sebenius, en su artículo “Tres problemas éticos en negociaciones”. Explican que las personas, en general actúan de manera ética por dos razones, que son:¹⁸⁷

- Motivación intrínseca (valores personales, sentirse bien).

¹⁸⁵ Dawson Roger. Maestría en los negocios. Editorial Selector. Colección de negocios. México DF.2010.P.43.

¹⁸⁶ Ávila Ob.Cit.P.251

¹⁸⁷ Ídem.

- Razones instrumentales (prestigio, pagar, ser honrado, credibilidad).

En el siglo XVII, el diplomático francés Francois de Calières expreso su preocupación de la forma siguiente: Es un error garrafal, que se comete muy frecuentemente, el pensar que un buen negociador debe ser un buen maestro del engaño. No hay ninguna duda de que el arte de engañar ha sido practicando exitosamente en el campo de la diplomacia desde siempre; sin embargo, usar mentiras siempre dejara un poco de veneno y aun el más grande éxito diplomático ganado a través del engaño estará sustentando en cimientos débiles y siempre despertara un sentimiento de amargura y deseo de venganza de la parte agraviada.¹⁸⁸

Es decir que aun cuando la persona no tenga motivación para actuar de acuerdo con un comportamiento ético, basados en sus propios valores, existen razones suficientes para pensar que una actitud honesta será siempre conveniente, aunque sea solo desde un punto de vista estrictamente instrumental. En el campo de la negociación en general, existen tres áreas que son importantes en particular desde el punto de vista de los valores éticos:

- La selección de las tácticas que se van a emplear.
- La distribución del producto o beneficios de la negociación entre los participantes.
- Las consecuencias que tendrá la negociación sobre todos aquellos que no participaron o que no estuvieron representados en la propia negociación.¹⁸⁹

4. Interpretación cultural de los valores en los negocios.

Es un hecho claro que las características culturales de cada grupo humano, dependería de la escala de valores y prioridades éticas que manejen. Cada cultura proporciona un conjunto de normas para evaluar el comportamiento humano y poder definir lo bueno y lo malo. Una distinción que debe hacerse, dentro de cada cultura, es la moralidad absoluta y moralidad situacional. Una regla absoluta es aquella que debe explicarse en todas las épocas y en todos los lugares. Una regla situacional es aquella cuya aplicabilidad se limita a contextos sociales específicos. Existen culturas en donde las reglas situacionales pueden ser tan importantes y exigentes como las absolutas. Por ejemplo, en Japón existen reglas absolutas como las relacionadas con el honor en sus diferentes dimensiones y existen reglas relacionadas con la obligatoriedad de corresponder a los que nos han ayudado en cierto momento o a la necesidad de cumplir con las propias obligaciones, cualesquiera que éstas sean.

¹⁸⁸ Ibídem P.28

¹⁸⁹ Ochoa Godoy, Teresa. La humanización en el trabajo. México; Jus.1988.Pag.89.

Algunos principios morales son de aceptación universal y posiblemente sean necesarios para la continuidad de una sociedad organizada. Ninguna sociedad podría tener una existencia continuada si se considerara deseable la mentira, el crimen o el robo indiscriminado. Pero cada cultura ha elaborado patrones de evaluación diferentes, tanto en la forma de clasificar las buenas y las malas acciones y la forma de aplicarlas. Así una acción considerada buena en una sociedad puede ser condenada en otra.

Si aplicamos estas ideas al mundo de los negocios internacionales, encontramos todo un universo de diversidad al comparar las reglas de comportamiento, humano en las diferentes culturas y los estilos de negociación resultantes. Existen algunos conceptos de aplicación general, independientemente de la cultura de que se trate, que se llegan a considerar positivos y deseables, como serían el énfasis al ponderar en forma exagerada las ventajas de nuestro producto y ocultar sus fallas, hasta llega inclusive a mentir en forma deliberada con ánimo a cerrar trato; abusar de la debilidad o de la necesidad de la contraparte para imponer condiciones francamente onerosas y otras. Por la influencia que tiene la economía de Estados Unidos a nivel mundial, y la cercanía con nuestro país México; es muy interesante estudiar la aplicación de ciertos valores en la forma de hacer negocios de los estadounidenses. En estados unidos existen algunas reglas que se han convertido en toda una filosofía de vida para el hombre de éxito, como:

- Toda persona tiene su precio.
- El tiempo es dinero
- Todo se vale mientras no puedan culparte

Estos conceptos implican una forma muy específica y particularmente de visualizar los valores morales e influye considerablemente en la definición del estilo de negociación de los norteamericanos. Por ejemplo, la importancia del tiempo se ve con claridad en la actitud del hombre de negocios norteamericano que no está dispuesto a invertir tiempo y dinero en algo que no le reditúe una utilidad clara y medible. Existe la creencia de que debe aprovechar todas las ventajas que se brindan en un determinado trato, aun cuando no reciba un beneficio directo. Esto es notorio durante el proceso de negociación, en el que veremos al negociador norteamericano pero que, por principio de orgullo, tiene que negociar y obtener el máximo de ventajas, solo por el hecho de obtenerlas, sin importar el daño que se la causa a la contraparte.

Otro aspecto interesante es el concepto de la amistad, el cual difiere el concepto normalmente aceptado en nuestra cultura, en donde la amistad esta cimentada en conocimiento y confianza mutua, para los norteamericanos, la amistad se basa en la posibilidad de sacar alguna ventaja de esa relación. Cuando no existe esta posibilidad, no tiene sentido mantenerla. Es por ello que a los norteamericanos no le gusta negociar con amigos cercanos, por un lado porque piensan

que el amigo tratara de aprovecharse de la amistad para sacar ventaja y, por otro, porque se siente inhibido para actuar con la agresividad que quisiera y que podría no ser congruente con el sentido de la amistad de la otra persona.¹⁹⁰

Como conclusión, puede decirse que si bien es cierto que los factores éticos son muy importantes en la negociación, su aplicación dependerá directamente de la cultura y sistema de valores del propio negociador. Existen dos posiciones en lo que respecta a la aplicación práctica de la ética de una negociación empresarial o de negocios. En un extremo se sitúan algunos autores que afirman que la ética no tiene nada que ver con los negocios reales, y que éstos se deben manejar con un pragmatismo riguroso. El otro grupo de autores considera que para que una negociación empresarial, si el contrato a través del cual se manifiestan los acuerdos entre las partes, no es justo y a la vez satisfactorio.

Tampoco existe ética si dentro de la empresa para la cual trabajan y negocian, tanto comprador como vendedor, se carece de transparencia y confianza. Para lograr el ejercicio de la ética en una negociación, se requiere que la empresa o el área responsable de las compras, establezcan una deontología y definan una estrategia simple que permita a cualquier empresa definir un código de conducta o una deontología para manejar sus compras.

En la definición de dicha estrategia, se requiere contar, en su primer nivel con un sistema de valores de la empresa y con el ejemplo de aquellos que la dirigen y, en un segundo nivel, con un sistema de valores del área específica de compras. Este último, es un sistema mítico que define los deberes morales y éticos a los que el área de compras y la empresa aspiran y está formado por aquellas normas que establecen lo permitido y lo prohibido.

Los objetivos de dicha estrategia son los siguientes:

- Otorgar al comprador empresarial sistema de valores que es un primer momento lo apoyen a comprender para después tomar decisiones justas en el momento de negociar
- Definir los objetivos de una deontológica mediante un proceso que permita identificar aquellas reglas internas de la empresa que reflejan el compromiso del comprador, o sus deberes frente a la otra parte.
- Definir una política que permita reconocer de qué modo estos deberes son puestos en práctica de la empresa
- Definir un sistema de información que permita dar a conocer a la otra parte los aspectos básicos relacionados con los procesos, trámites y requisitos internos.

¹⁹⁰ Guillen Parra, Miguel, *Ética en las organizaciones, Construyendo confianza*, Madrid, Pearson prentice hall, 2006, Pag. 124.

Generar y lograr una mayor confianza en las relaciones y negociaciones entre comprador y vendedor

El desarrollo específico de estos lineamientos estratégicos, enfocado en las actividades de un comprador empresarial, permita establecer una “deontológica de comprador empresarial “o un esquema de lo que vamos a llamar los “deberes morales y éticos del comprador empresarial”, entendiendo esto como un conjunto de normas éticas que regulen el comportamiento del comprador empresarial o como un tratado de los deberes y la teoría de las normas morales del mismo.¹⁹¹

5. Códigos de Ética Empresarial.

Los códigos de ética empresarial que de manera incipiente incluso se aplican en grandes empresas o corporativos y que se pueden determinar que son sistemas de reglas que tienen como objetivo principal ser un guía de comportamiento de los miembros de la empresa, o de un grupo específico con una función determinada.

Hay códigos de ética de empresa con un enfoque global, que a su vez contienen capítulos o secciones dedicadas a la reglamentación o principios éticos y de comportamiento de diferentes grupos internos o externos de la empresa (clientes, proveedores, personal del área de compras y finanzas).

El compromiso real de las empresas por responder a las demandas de la sociedad civil a través del desarrollo e implementación de un código de conducta depende, en buena medida, de la creación de un verdadero proceso de control de su cumplimiento. Es considerado en el medio que las empresas pueden y deben someterse a estas revisiones; ello no sólo es útil para hacerse de la confianza y credibilidad públicas en la conducta de la empresa, sino también para responder válidamente a su responsabilidad social. Por otro lado, hay códigos de ética específicos: código de ética para el auditor, para el ejecutivo de finanzas, el abogado, el psicólogo, los servidores públicos para el área bursátil y para el periodismo. Las reglas de este tipo de códigos por lo general son de índole moral, técnica, jurídica de etiqueta y cortesía. Todas estas reglas tienen un objetivo común: guiar la conducta y el comportamiento de las personas que ejercen esas actividades dentro y fuera de una empresa.

¹⁹¹ Dawson.Ob.cit.P.45

6. La Responsabilidad Social en las relaciones de trabajo; su eficacia.

La Responsabilidad Social es la forma de conducir los negocios de una empresa de tal modo que ésta se convierta en corresponsable del desarrollo social, para ello, la empresa debe tener la capacidad de atender los intereses de las diferentes partes es decir, debe considerar las necesidades de sus clientes internos (accionistas, empleados), clientes externos (consumidores, comunidad, gobierno y medio ambiente) y de todos aquellos con que se relaciona directa o indirectamente.¹⁹²

La Responsabilidad Social significa: es el compromiso continuo de los negocios para conducirse éticamente y contribuir al desarrollo económico mientras mejoran la calidad de vida de sus empleados y familias, así como de la comunidad local y sociedad en general”.¹⁹³

Existen otros conceptos, unos más generales que otros, pero básicamente el contexto en el que se insertan tiene como ejes centrales a los factores que inciden positivamente en los ámbitos comerciales, sociales y ambientales. Es correcto también establecer un principio de corresponsabilidad, que complementa al principio individual, la clave es la existencia de vínculos entre los seres humanos, con la misma naturaleza, o en la capacidad de crearlos, pero sabiendo que es de ley cumplir los pactos. La responsabilidad no puede ser individualmente asumida, sino que más bien considera necesario la creación de instituciones adecuadas para proteger los derechos.¹⁹⁴

Que ser socialmente responsable no significa sólo cumplir plenamente las obligaciones o tratar de cumplirlas forzosamente; sino ir más allá de su cumplimiento, avanzando voluntariamente hacia nuevas exigencias, mayor inversión en capital humano, mejor relación con los interlocutores, mayor respeto al medio ambiente.”¹⁹⁵

Lo que caracteriza a la empresa desde una concepción antropológica y filosófica y define cuatro tipos de responsabilidades a saber:

1. Responsabilidad consecuente (consecuencias de la acción). 2. Responsabilidad antecedente (la de los principios). 3. Responsabilidad congruente. 4. Responsabilidad trascendente.

La responsabilidad social es entendida como la dimensión ética que toda organización o institución debiera tener como visión y que debería promover en su actividad diaria. Hace tiempo que el mundo empresarial ha acogido y desarrollado la idea. La responsabilidad social; como tal, ha sido promovida desde hace tiempo por el mundo empresarial y representa un conjunto de prácticas que forman parte de la estrategia corporativa, y que tiene como fin evitar daños y/o producir

¹⁹² Albareda, Vivo Laura. Responsabilidad Social de las empresas. Memoria de Investigación.Uam.2001.Pag.46.

¹⁹³ Ibídem.Pag 47.

¹⁹⁴ Habermas, Jürgen.Factibilidad y Validez.Madrid.Trota.1998.Pag.21.

¹⁹⁵ Cerón Aguilar, Salvador; Artículo: Un modelo educativo para México; Revista: Expansión; Diciembre 08,2003. Año XXX. Núm. 780.Pag.67.

beneficios para todas las partes interesadas en las actividades de la empresa (clientes, empleados, sindicatos accionistas, comunidad, entorno).

La organización Empresarial requiere caminar vías que marquen las leyes, abrir espacios de comunicación-dialogo social-, a la vez que debiera impulsarse el fomento a la ocupación, al empleo en los términos que dice la OIT; esto es, bajo los parámetros del trabajo decente en que insiste el mismo organismo internacional. La responsabilidad social empresarial la entendemos como la acción conjunta de toda empresa (trabajadores, directivos y dueños) concientizada del papel que esta tiene como unidad de negocio que crea valor y que pervive en un espacio del que se lucra. 196

Los lineamientos para ser socialmente responsable se materializaron en un acuerdo mundial, surgido en la Cumbre Económica Mundial en Davos, Suiza, en 1999; dicho acuerdo incluía tres áreas específicas en las que existe un consenso internacional:

- Derechos Humanos;
- Condiciones de trabajo;
- Protección al Medio Ambiente.

Debido a que este pacto mundial no obliga, evalúa, ni somete a sanción alguna a quien no lo respete, que se lleve a la práctica sólo representa un compromiso de los países y de sus empresas ante la sociedad internacional.

7. La Política de empleo responsabilidad ética compartida.

El desarrollo de un país debe presentarse y concretarse con el objetivo de satisfacer las necesidades del presente sin poner en peligro las necesidades de generaciones futuras. Requiere la integración de tres importantes pilares: 1) del desarrollo: crecimiento económico, progreso social y normas ambientales. 2) La creación de oportunidades de empleo es un elemento central del pilar social del desarrollo sostenible, y requiere una política de empleo integrada. El empleo es a la vez un objetivo y una consecuencia del desarrollo socioeconómico. También resulta indispensable a efectos de 3) la estabilidad política y social. Se trata hoy de una cuestión política, social y económica fundamental en todos los países, y la más importante para las personas, ya sean jóvenes o de edad. La creación de empleo también resulta esencial para la reducción de la pobreza. Una tasa de desempleo elevada y persistente es un elemento importante en la inestabilidad social y política así como en el impacto psicológico en las personas. Pero, finalmente, una política de empleo debe estar sustentada por una legislación laboral facilitadora de la estabilidad y del verdadero progreso social de los trabajadores.

196 Mangarelli, Cristina. En el marco de la responsabilidad social de la empresa. Montevideo. Fundación de cultura Universitaria. En reseña por Patricia Kurczyn .RLDS Numero 12.2011. Mexico D.F.P.242.

Una política de empleo debe estar construida en su filosofía por unos objetivos que a mencionar deberían ser los siguientes:

1. Crear empleo productivo y sostenible. El tipo de empleo al que debería aspirar una política depende de las condiciones económicas y política nacional. Por ejemplo, el que el tipo de empleo necesario a corto plazo sea altamente calificado o no, dependerá de condiciones nacionales tales como el nivel de desarrollo económico; el nivel de educación y de capacitación y así la proporción entre personas sin calificaciones y personas calificadas; y el tipo de ventajas comparativas con que cuenta o que podría desarrollar el país. En última instancia, es preciso promover, a través de otras políticas pertinentes como la relativa al desarrollo de recursos humanos, empleos que requieran un uso intensivo de las calificaciones y de los conocimientos, puesto que contribuyen a crear industrias nacionales competitivas y atraen inversiones extranjeras directas con valor añadido, y por sobre todas las cosas debe asegurarse una estabilidad política necesaria que sea capaz de formular leyes desinteresadas de todo tipo de color partidario y alejado de intereses politiqueros.

2. Adaptar las calificaciones de la gente a los requisitos de los empleos actuales y de los que van apareciendo; sin ánimo de plantificar la economía, pero con el deseo de determinar las prioridades de formación profesional, para ello se hace necesario una vinculación directa con las instituciones de educación superior, técnico superior y medio para que los programas de formación profesional y técnico se ajusten a las necesidades y demandas de empleo. Elevar el nivel de vida a través de políticas que generen empleos más productivos y de mejor calidad así como que mejoren la distribución con equidad y con alto sentido social de los ingresos en la economía que permita mejorar la calidad de vida de las personas.

3. Conseguir empleo para los desempleados mediante incentivos apropiados; con una política de incentivos a la inversión tanto nacional y extranjera, con leyes de carácter fiscal y laboral que generen y promuevan el empleo en cantidad y digno de los desempleados. Orientar las inversiones públicas y privadas, así como la ayuda internacional, hacia las áreas más productivas priorizando los sectores más importantes del país que generan la riqueza y que son capaces de generar empleos estables y duraderos. 197

Los estados a través de sus gobiernos son los responsables principales de crear las condiciones macroeconómicas para que sea posible el crecimiento y estabilidad del empleo. Están llamados a emprender un proceso que conlleve consultas y de participación tripartita (con empleadores y trabajadores) desde la fase de la concepción, como parte del proceso político, dado que son los empleadores los que proporcionan los puestos de trabajo, y los trabajadores son los beneficiarios

¹⁹⁷ Castillo Guido Oscar. Memorias encuentro Iberoamericano de Juristas, Ciudad de Mexico.2007.P.56.

directos de la creación de empleo. Deben, así mismo, incorporarse a este proceso otros participantes potenciales que cuenten con conocimientos y calificaciones pertinentes en lo que atañe a la formulación de políticas, como puedan ser los economistas, universitarios, instituciones políticas, sindicatos, organizaciones no gubernamentales. Sin embargo, habida cuenta de que son los empleadores quienes al final proporcionan los puestos de trabajo y los desempleados los llamados a ocuparlos, sus opiniones acerca de las políticas necesarias para la creación de empleo y su aprovechamiento, son indispensables y deberían tener el peso correspondiente.

La formulación de una política de empleo debería ir precedida de un análisis de los obstáculos a la creación de empleo en el país de que se trate, el cual contribuiría a identificar las carencias y limitaciones en lo que atañe a:

- 1.- Las políticas económicas y sociales;
- 2.- Las infraestructuras materiales;
- 3.- Los programas y políticas de salud, educación y capacitación para la población;
- 4.- El entorno empresarial que afecta a la creación y el desarrollo de la empresa;
- 5.- La gobernabilidad;
- 6.- Los derechos de propiedad, los mecanismos para garantizar el cumplimiento de los contratos laborales y el sistema judicial;
- 7.- Las políticas comerciales y de inversiones, incluyendo el desarrollo de ventajas comparativas;
- 8.- La capacidad para aprovechar la evolución de la tecnología; .Las políticas de mercado de trabajo;
- 9.- La competitividad en relación con los diversos índices de competitividad, muchos de los cuales influyen directamente sobre la creación de empleo, y
- 10.- Las políticas internacionales que dificultan el crecimiento del empleo.

Conclusiones:

Primera: Él estado es el encargado de propiciar mediante, la creación de leyes adecuadas y justas, el desarrollo de negocios éticos. A su vez debe crear mecanismos que aseguren que los negocios se conduzcan sobre esa vía legal. Él estado debe ser responsable de la difusión de leyes y reglamentos diseñados para evitar actividades fraudulentas. El fiel cumplimiento de las leyes por todas las partes involucradas, los convenios laborales, la aplicación justa y oportuna de los reglamentos internos de trabajo y todo acuerdo convenido o pactado, da como consecuencia de la aplicación de la ética empresarial.

Segunda: Las empresas deben asumir como responsabilidad social el satisfacer los intereses generales de la sociedad, ello en un plano subsidiario, aunque en determinadas circunstancias la empresa lo debe entender como una obligación inherente y tacita, el estado debe atender los intereses generales de la sociedad que la empresa o las organizaciones no pueden atender; pero debe dejar que estas hagan su mejor esfuerzo para este propósito. De igual manera mantener la política de empleo digno y decente así como la creación de nuevos y mejores empleos, lo cual permitirá que quienes colaboran en las empresas puedan satisfacer su derecho a la vivienda, a la salud, al trabajo a la educación. Cada empresa deberá entonces asumir su responsabilidad de acuerdo con sus propias circunstancias y el entorno económico y cultural donde esté ubicada.

Bibliografía:

- **Ávila Marcue Felipe. Tácticas para la negociación Internacional. Editorial Trillas. México.DF 2009.**
- Albareda, Vivo Laura. Responsabilidad Social de las empresas. Memoria de Investigación.Uam.2001.
- Aldana Herrera Francisco. Él arte de la negociación empresarial. Editorial Trillas. México.DF.2007.
- Cerón Aguilar, Salvador; Artículo: Un modelo educativo para México; Revista: Expansión; Diciembre 08,2003. Año XXX. Núm. 780.
- **Castillo Guido Oscar. Memorias encuentro Iberoamericano de Juristas, Ciudad de Mexico.2007.**
- Dawson Roger. Maestría en los negocios. Editorial Selector. Colección de negocios. México DF.2010.
- Gelinier, Ética y Moral. Editorial Universal.Madrid.España.1997.
- Guillen Parra, Miguel, Ética en las organizaciones, Construyendo confianza, Madrid, Pearson Prentice hall, 2006.
- Habermas, Jurgen.Factibilidad y Validez.Madrid.Trota.1998.
- **Mangarelli, Cristina. En el marco de la responsabilidad social de la empresa.Montevideo.Fundacion de cultura Universitaria. En reseña por Patricia Kurczyn .RLDS Numero 12.2011.Mexico D.F.**
- **Ochoa Godoy, Teresa. La humanización en el trabajo. México; Jus.1988**
- **Ramírez Padilla David Noel. Integridad en la Empresas. Editorial Mac Graw Hill. México DF.2007.**