

# Ética empresarial republicana. La aportación de la ética del diálogo de la escuela de Erlangen

## Resumen

El presente artículo pretende acercarse a la propuesta de una concepción republicana de la ética empresarial realizada por la Escuela de Erlangen que se ha convertido en una referencia ineludible a nivel europeo. Esta propuesta, fundamentada en el constructivismo de la Escuela de Erlangen y la ética del discurso de la Escuela de Frankfurt, empezó a fraguarse a finales de los años ochenta en Alemania y define a la empresa como una institución con responsabilidades y deberes públicos. Con este artículo se pretende mostrar una concepción de la ética empresarial sólida y coherente, tanto desde el punto de vista teórico como práctico, dada su capacidad de integrar las exigencias éticas con los aspectos organizativos, su proximidad a la praxis y su sistematicidad.

**Palabras clave:** ética empresarial, empresa republicana, Escuela de Erlangen

## Abstract

The main purpose of this paper is to present the proposals of the Erlangen School for a republican conception of business ethics, which has become a key reference in the European context. Republican business ethics, based on the constructivism of the Erlangen School and the discourse ethics of the Frankfurt School, began to take shape at the end of the eighties in Germany and defines the company as "an institution with public responsibilities and duties". Throughout this article I will attempt to present a solid and coherent conception of business ethics, from both the theoretical and the practical points of view. Republican business ethics is capable of integrating ethical claims with organizational aspects, it comes close to praxis and it is systematic.

**Key-words:** Business Ethics, republican company, Erlangen School

## 1. Introducción

El profesor Steinmann y el Dr. Löhr han sido dos de los autores de referencia ineludible en el campo de la ética empresarial en toda Europa y especialmente en Alemania. Sus trabajos datan de finales de la década de los ochenta (Steinmann 1985, 1987) aunque ya habían realizado alguna incursión en el ámbito de la responsabilidad social de la empresa varios años antes (Steinmann 1973). Es especialmente a partir de 1991 con la publicación de su obra más conocida y sistemática (Steinmann / Löhr 1991, 1ª, 1994, 2ª edición<sup>10</sup>) cuando comienzan a trabajar – en colabora-

---

\* Profesor Universidad Politécnica de Valencia [ljozan@dpi.upv.es]

ción con filósofos de la “Escuela de Erlangen” – de forma más específica el tema de la ética empresarial.

La propuesta de “ética empresarial republicana” (*republikanische Unternehmensethik*) de los profesores de Nürnberg la sitúan ellos mismos “...en un lugar intermedio entre la propuesta “macroética” de K. Homman y la propuesta de P. Ulrich” (Steinmann /Löhr, 1994: VII). Entender la ética empresarial como republicana significa concebir la empresa como una institución con responsabilidades y deberes públicos; es decir, se trata de tomar partido en la “*Res*” *Publica* y comportarse como un ciudadano responsable. La defensa de esta interpretación no es exclusiva de Steinmann y Löhr, también Ulrich la defiende desde sus primeros trabajos, cuando entiende la empresa como una institución casi-pública (1977), pero la diferencia es la centralidad y especificidad que Steinmann y Löhr otorgan a la empresa.

La aportación de los profesores del departamento de Dirección de empresas de la Universidad de Erlangen-Nürnberg tiene una serie de virtualidades de gran interés y de gran efecto en el ámbito de esta joven disciplina. Por un lado, presentan una propuesta innovadora y específica que se alimenta de otras corrientes de pensamiento, pero que significa una síntesis brillante – a nuestro juicio – entre las exigencias funcionales de las empresas y las exigencias de legitimación ética. Por otro lado, es una propuesta perfectamente fundamentada filosóficamente en algunas de las corrientes más destacables de los últimos años: el constructivismo de la Escuela de Erlangen y la ética del discurso de la Escuela de Frankfurt.

Siguiendo la máxima de “desde la praxis y para la praxis” (*Aus der Praxis für die Praxis*) comienzan nuestros autores reconociendo la necesidad de partir de un modelo de *Management* y de la realidad cultural y estructural de las organizaciones empresariales en nuestra sociedad para legitimar el desarrollo de la ética desde su propia necesidad.

Según Steinmann y Löhr (1994) en nuestras organizaciones se presentan una serie de restricciones organizativas – culturales y estructurales – que “facilitan” las acciones inmorales en las organizaciones:

- Las barreras estructurales tienen su origen en el propio desarrollo de las formas organizativas. Éstas son consecuencias de la concepción de la persona en la organización no como persona completa, sino como mero portador de un rol o de desarrollo de un papel concreto. Las barreras estructurales más destacables son: división horizontal del trabajo, difusión de las competencias de decisión y jerarquía de mando tradicional. Donde

---

10 Nosotros vamos a citar esta obra por su segunda edición (1994).

la responsabilidad sigue una cadena ascendente que suele terminar en una irresponsabilidad organizada.

- Barreras de la cultura organizativa son esos hábitos, costumbres y maneras de hacer de la organización que impiden el desarrollo de la ética en la organización. Entre ellas cabe destacar: unas exigentes expectativas de rol, una elevada cohesión grupal, ambigüedad respecto a las prioridades y protección frente a la intervención exterior.

Estas barreras estructurales y culturales exigen el desarrollo de una ética en las empresas que se integre plenamente en su lógica y que tenga una sólida fundamentación filosófica. Para Steinmann y Löhr la cuestión de la fundamentación es decisiva para una ética empresarial coherente y efectiva.

## 2. El problema de la fundamentación

Como hemos mencionado anteriormente, Steinmann y Löhr siguen como guía orientativa la máxima “Aus der Praxis für die Praxis”, y tras partir de un análisis interpretativo de la praxis presentan su propuesta de una “ética empresarial republicana” como la mejor opción para resolver los problemas que la realidad les presenta. Antes de dar ese paso de aplicación nuestros autores se esfuerzan en legitimar por qué ese es el método que les parece más adecuado y qué entienden por ética.

La fundamentación que proponen no es una fundamentación deductiva en la línea de la tan criticada por H. Albert (1980). Su propuesta y definición de fundamentación (*Rechtfertigung*) se preocupa de dar buenas razones y argumentos en pro de la necesidad de la ética en la empresa. Steinmann y Löhr encuentran esta fundamentación ética en la vida práctica misma no en un plano de reflexión superior. “El comienzo de todo esfuerzo de reflexión ética debe vincularse a la vida práctica de la experiencia disponible (“praxis inmediata”), que posibilita la primera diferencia lingüística relevante” (Steinmann / Löhr, 1994: 71).

En nuestra vida práctica inmediata ya percibimos como inevitables una serie de conflictos sobre la corrección de nuestras acciones. Unos conflictos que no podemos solucionar automáticamente de forma pacífica, sino que requieren de un proceso y de un esfuerzo. La paz sólo es posible desde un consenso libre entre los participantes, no desde un compromiso o negociación sobre los intereses particulares.

La voluntad de solucionar pacíficamente los conflictos que se nos presentan en la experiencia inmediata es la fundamentación de la ética del diálogo. Sólo desde un diálogo argumentativo podemos atribuir con fundamento los predicados “verdadero” y “fundamentado”. Entendiendo por

diálogo argumentativo un diálogo que cumpla una serie de aspectos formales – imparcialidad, no-persuasividad, no-obligatoriedad y capacidad de entendimiento – que garanticen el triunfo de la fuerza del mejor argumento.

El primado del diálogo significa que “el principio (*Prinzip*) del diálogo es un medio que nos permite resolver conflictos pacíficamente” (Steinmann /Löhr 1994: 82)

### 3. El concepto de “ética de la empresa”

Frente a la postura de Ulrich (1993, 1997) y de Homann (1992) Steinmann y Löhr abogan por una auténtica ética de la empresa. Su nivel de reflexión no es el del nivel macroeconómico donde se cuestiona el principio de beneficio como meta formal de la actividad empresarial, sino que su ámbito de análisis es el segundo nivel, el que se pregunta por las acciones y decisiones – sus efectos y consecuencias – que son éticamente aceptables en la persecución de la meta formal de los beneficios. Así pues, y bien entendido, podemos hablar de ética de la empresa no sólo en sus relaciones externas con los clientes, proveedores, consumidores y opinión pública en general; se trata también de una ética en las relaciones intraorganizacionales.

Aceptando que podemos hablar con rigor de ética en la empresa, el concepto de ética empresarial defendido por Steinmann y Löhr (1994, 1991) estará en estrecha relación con una idea de empresa y con un determinado modelo de Management. Su enfoque es uno de los “más empresariales” dentro del ámbito europeo de la Business Ethics. Entendiendo por ello no una excesiva orientación a los beneficios como objetivo de la gestión, sino que para Steinmann y Löhr la empresa es una institución social de primer orden y es desde esta perspectiva desde la que se debe enfocar su actividad empresarial.

Desde esta perspectiva se puede afirmar que ganar dinero no es el único fin de la empresa, sino mucho más el hacer una aportación positiva a la sociedad en la que desarrolla su actividad. Esta perspectiva coincide con la concepción “*republicana*” de la empresa defendida por Steinmann y Löhr, donde la responsabilidad de la empresa no es sólo de puertas hacia adentro, sino que debe hacer una aportación positiva a la paz social<sup>11</sup>. Esta perspectiva es una reconstrucción desde el plano de las normas de acción. Una vez más, la frase que puede sintetizar su planteamiento es “desde la Praxis para la Praxis”.

---

<sup>11</sup> Puede verse una defensa de esta propuesta en un empresario de tanto prestigio como es R. Mohn (1996).

En esta línea presentan el Profesor Steinmann y el Dr. Löhr su definición de ética empresarial:

“Ética empresarial se presenta como una teoría (científica) de cualesquiera normas ideales, que en una economía de mercado deben guiar la institucionalización pacífica del uso de la libertad de acción empresarial.” (1994: 106)

Como ya hemos visto, su ética puede ser conceptualizada como una ética del diálogo para la paz, cuyos rasgos más característicos serían (Steinmann / Löhr, 1991):

- La ética de la empresa se ocupa de normas, tanto materiales como procedimentales, que orientan la acción en el ámbito empresarial.

- Se trata de normas fundamentadas en “buenas razones”, es una ética racional.

- La fundamentación de estas normas se realiza mediante el entendimiento argumentativo en un diálogo entre todos los afectados por esas normas. Para ese diálogo deben darse unas condiciones concretas como son: no persuasividad, no obligatoriedad e imparcialidad. Una ética del diálogo debe ser: *formalista*, es decir, se preocupa de los medios procedimentales, de las reglas organizativas para la realización de un diálogo justo. Su pregunta es el *cómo*, y no el *qué*. Las normas materiales o con contenido vendrán dadas como resultados del entendimiento a través del diálogo y sólo es tarea de los propios afectados; *no-dogmática* lo que significa que cualquier participante del diálogo debe estar dispuesto a cambiar sus afirmaciones si se ofrecen buenos argumentos<sup>12</sup>; *no-monológica* significa que el entendimiento argumentativo se realiza a través del diálogo, no de la reflexión monológica individual. Los buenos motivos que debemos utilizar en los procesos del diálogo no son resultado de la reflexión individual, sino del diálogo.

- La ética de la empresa exige un aplicación del principio formal del beneficio en consecuencia con la situación concreta. La legitimidad del principio formal del beneficio es algo que no se discute en este nivel, sino en un nivel político social superior; en este nivel lo que tenemos que cuestionarnos son las estrategias de consecución de esa meta formal. Conviene aquí hacer una aclaración. El que la ética de la empresa se ocupe sólo de las estrategias encaminadas a la consecución de la meta formal del beneficio no significa que la ética se reduzca a un aspecto funcional para la consecución del beneficio; sino que dentro del espacio de libertad de

<sup>12</sup> Buenos argumentos, son aquellos fundamentados, coherentes y que defienden intereses universales; en este punto es importante no confundir buenos argumentos con la validez de lo fáctico (Habermas, 1994).

acción la ética tiene un importante papel regulador. Esto significa un modelo que apuesta por la subsidiariedad en la solución de los problemas éticos.

- La ética de la empresa se refiere a las estrategias empresariales como meta factual de la empresa. Como ya apuntábamos en la característica anterior, la meta formal del beneficio no es algo que la empresa pueda elegir. Esto depende del ordenamiento económico. Pero sí tiene a su disposición una serie de vías y caminos para alcanzarla. Esta autonomía de decisión implica el uso responsable de la libertad y nos conduce entonces a la búsqueda de estrategias susceptibles de consenso.

- La ética de la empresa se refiere a la realización de estrategias en los procesos de *Management*. La ética de la empresa es potenciada como una regulación crítica allí donde la orientación a la eficiencia de las funciones del *Management* conduce a conflictos.

- La ética de la empresa se vincula con lealtad crítica con el derecho positivo. Las conocidas ineficiencias del derecho positivo – problemas de tiempo, de abstracción, déficit de ejecución y confusión de los destinatarios – hace que la autoobligación sea una solución eficaz y ética como ponen de manifiesto los códigos de conducta. La ética como complemento crítico del derecho significa fundamentalmente: en primer lugar, una exigencia de aplicación consecuente del derecho vigente; en segundo lugar, supone un complemento al derecho vigente en esos ámbitos a los que el derecho no puede llegar; y en tercer lugar puede ser un buen elemento crítico respecto al derecho vigente.

Resumiendo, podemos decir que los aspectos claves de la ética empresarial orientada al diálogo son: teoría procedimental, fundamentación de normas en buenas razones, entendimiento argumentativo, aplicación del principio del beneficio de acuerdo a la situación, referencia a las estrategias empresariales concretas, referencia a los medios concretos de la realización de esas estrategias y autoobligación.

#### **4. Exigencias para el desarrollo de la ética en la empresa**

El concepto de ética empresarial presentado en el apartado anterior lleva implícita su necesidad y la exigencia normativa de su realización. El concepto de ética empresarial en el sentido de la ética del diálogo significa al menos dos exigencias normativas: una de carácter más individual y otra de carácter más social<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Esta distinción no es pura y, a mi parecer, la aceptación de la una implica la aceptación de la otra.

*La necesidad de una solución pacífica para los conflictos de intereses.*

La exigencia normativa para una ética empresarial desde una perspectiva más social o más global la encontramos en el hecho de la pluralidad de formas de vida en las sociedades modernas. El hecho de que estemos en una sociedad plural, nos brinda la exigencia de encontrar la unidad en la multiplicidad; y la pluralidad de formas de vida y de valores nos invita a buscar un camino justo y pacífico, una vía para la resolución de conflictos cotidianos que no degeneren en una lucha constante. La aspiración de solucionar pacíficamente estos conflictos es la base para una ética del diálogo.

Esta ética se tiene que fundamentar y aplicar a la praxis, puesto que una mera especulación teórica que no haga una aportación decisiva a la vida práctica pierde su sentido. Es en esta praxis donde experimentamos que la verdadera y justa manera de resolver pacíficamente los continuos conflictos de intereses es el diálogo. Ésta es una exigencia que se nos presenta a cada uno en la vida cotidiana, que no nos viene dada desde ningún nivel superior de reflexión, y que nadie la puede tomar por nosotros. Desde aquí el camino hacia el dogmatismo y la heteronomía está cerrado.

El ámbito de la economía y de la empresa es un ámbito donde los conflictos de intereses juegan un papel fundamental. Solucionar los conflictos pacíficamente a través del diálogo significa tomar a la persona en todo su conjunto y con toda su dignidad. Y aquí es donde enlazamos con la segunda exigencia normativa.

*La persona como núcleo de la empresa moderna*

Esta segunda exigencia normativa viene del hecho de que estemos en una sociedad moderna donde los principios de la Ilustración deben ser asumidos. Lo que significa, entre otras cosas, que el método para legitimar las normas guía de nuestra conducta debe ser la razón del sujeto autónomo, y no el poder, el mito o cualquier otro tipo de legitimación que se imponga a la persona (*mündiger Bürger*). Esto significa, que en una sociedad avanzada debemos considerar a la persona como un ciudadano emancipado y responsable en todos los ámbitos de acción social.

En una sociedad moderna que ha alcanzado la mayoría de edad (Kant 1784) ya no se puede tolerar el que se trate a una persona como una mera pieza funcional sin considerar sus derechos y responsabilidades. El desarrollo de la conciencia moral de las sociedades avanzadas exige que, como dijo Kant (1785), tratemos a las personas como fines y no sólo como medios, puesto que tienen dignidad y no precio.

En este sentido, la ética del diálogo parte, y tiene su centro, en la consideración de la persona como un sujeto maduro y desarrollado moral-

mente<sup>14</sup>. El diàleg significa tomar en serio y en la multiplicidad de sus aspectos a las personas que participan en él. Pero para poder participar en un diàlego y ser tomado en serio, la persona debe estar dispuesta a adoptar el punto de vista moral, a ponerse en lugar del otro, a salir de su subjetividad (*Transsubjetivität*) para aportar unos argumentos que puedan ser compartidos por los demás, y si llega el caso, a aceptar los argumentos que ofrezcan los compañeros del diàlego. Esto requiere un proceso de aprendizaje.

## 5. Propuestas para el desarrollo integral de la ética en la empresa

Tras la presentación de las condiciones materiales y teóricas que nos exigen el desarrollo de la ética en la empresa Steinmann y Löhr presentan sus líneas de actuación para responder a estas demandas.

a) La sensibilidad ética de la organización.

Su primer punto de análisis es la organización como objeto de sensibilidad ética; y por tanto los ámbitos a analizar son la estructura y la cultura de la organización.

**La estructura de la organización. Entendiendo por estructura el conjunto de normas generales y procedimientos que rigen el modo de actuar de la organización, la pregunta que va a guiar sus propuestas es: ¿qué tipo de estructuras se deberían dar para favorecer la reflexión ética? La respuesta de nuestros autores será: "La sensibilización ética de las estructuras significa crear condiciones que permitan organizar canales de información de tal forma que permitan descubrir pronto las situaciones éticamente problemáticas dentro y fuera de la empresa; así como la elaboración discursiva de la solución a estos problemas y la realización de esas soluciones" (Steinmann / Löhr 1994: 147). Esta afirmación se concreta en normas específicas a tres niveles: Creación de estructuras especiales que se comprometan con el desarrollo de la ética dentro del marco de poder de la organización. la creación de estructuras independientes del poder de la organización. Cambios globales en la comunicación dentro de la organización.**

Potenciación del diàlego a través de la cultura organizativa

Tras los trabajos de Mayo (1972) en los años 40, la atención prestada a la psicología del trabajo y a las relaciones humanas en la organización ha

<sup>14</sup> Que consideremos a un sujeto desarrollado moralmente significa que su capacidad de juicio moral se encuentra en el nivel posconvencional en el modelo del desarrollo de la conciencia moral de Kohlberg. Cf. Kohlberg, 1981, Retzmann 1994.

ido en progresión geométrica. Consecuencia ineludible de este desarrollo es la atención prestada a la cultura en la organización. Esta atención ha degenerado en ocasiones en culturas fuertes, monolíticas, que quizá favorecen la productividad pero bloquean toda posibilidad de una ética posconvencional. Las culturas fuertes carecen de la distancia crítica necesaria y no reconocen al miembro de la organización como un sujeto autónomo sino como un “objeto” que hay que manipular para que trabaje más y mejor<sup>15</sup>. Se está imponiendo un paso del *Management* manipulador de la cultura empresarial al *Management* con conciencia cultural donde se entienda a los colaboradores como sujetos autónomos. El objetivo final de este proceso es la participación argumentativa de los colaboradores a partir de un análisis contextual de la cultura actual de la organización.

#### b) Desarrollo ético del personal

La persona como núcleo irreducible de la moralidad y como actor principal del desarrollo de la ética en la organización requiere un análisis más detallado, tanto de la idea de sujeto de la que partamos como de las condiciones del desarrollo de su conciencia moral en las organizaciones.

La idea de sujeto que debe prevalecer en una ética empresarial moderna es la de un sujeto autónomo “ciudadano de la organización”. Ésta es la idea que debe guiar el desarrollo de la persona en la organización y que exige armonizar el desarrollo organizacional con el desarrollo individual. “Ciudadano de la organización” significa, en primer lugar, ser un sujeto autónomo con capacidad argumentativa. No se trata sólo de un ciudadano que tenga sus derechos y deberes, sino que tenga conciencia de ellos. Éste es, según nuestros autores, el gran objetivo del crecimiento de las personas en la organización: desarrollar la competencia argumentativa y el potencial de reflexión.

Este objetivo lleva aparejado una serie de medidas concretas que habría que realizar: primero, la necesidad de la descentralización de la toma de decisión y de la responsabilidad; y segundo el desarrollo ético de la empresa debe entenderse como el desarrollo ético de todos los partícipes, no sólo de los directivos. Los directivos tienen más responsabilidad y una importante tarea ejemplarizante, pero no son los únicos.

El modelo ético del ciudadano de la organización orientado al diálogo tiene que ser un ejemplo realista y un fundamento practicable y efectivo para el desarrollo personal. En palabras de Steinmann y Löhr, “...este modelo debe representar la posibilidad de una concepción realista del

---

<sup>15</sup> Una interesante crítica a este tipo de culturas convencionales fuertes, especialmente al *Management* simbólico, puede verse en P. Ulrich (1989b)

desarrollo del juicio moral, no sólo de los directivos sino de todos los miembros de la organización” (Steinmann/ Löhr, 1994: 165).

Para desarrollar esa capacidad del juicio moral hasta llegar al nivel posconvencional según el modelo de Kohlberg (1981) y Habermas (1983) se debe empezar por potenciar la formación – el nivel y la orientación ético social son inevitables en la organización – y la formación continua, donde la orientación a la comunicación es el aspecto fundamental para acoplar el desarrollo personal con el desarrollo de la organización.

Pero la potenciación del juicio moral de los ciudadanos de la organización no se reducen a medidas directas sobre las personas, aquí debemos distinguir entre las condiciones personales (los motivos, las actitudes y los valores<sup>16</sup>) y las condiciones psicosociales.

Entre estas últimas consideramos: el clima organizacional, definido como la peculiaridad de las reacciones sociales en la organización; y las condiciones de socialización empresarial. La importancia del clima organizacional ha sido puesto de manifiesto en varias investigaciones (Victor/ Cullen 1988; Debora Vidaver-Cohen 1998; David C. Wyld / Coy A. Jones 1997) y parece clara la interrelación entre la comunicación del grupo y la actitud de cooperación, así como la relación positiva entre “el derecho a la libre expresión”, la rentabilidad económica y la calidad de vida en la organización. Por lo que respecta a las condiciones de socialización podemos afirmar que aspectos como la confrontación abierta con problemas y conflictos sociales potencia un mayor nivel de reflexión, y que la posibilidad de participación en la toma de decisiones o la posibilidad de adjudicar responsabilidades son condiciones que favorecen el desarrollo de la conciencia moral.

### c) Ética de la dirección

Las medidas presentadas hasta ahora para la sensibilización ética de la organización no son suficientes. Necesitan ser complementadas con el desarrollo de la ética en el máximo nivel de responsabilidad de la organización.<sup>17</sup>

Según la tradicional teoría de la empresa, el directivo tiene que desarrollar dos papeles fundamentales: (1) La función de locomotora de la organización, es decir, conseguir que se cumplan los objetivos; y (2) la función de cohesión interna, es decir mantener la cohesión y la unidad del

16 Steinmann/Löhr distinguen entre: motivos – factores de los que no se tiene conciencia –, valores – conscientes –, actitudes o disposiciones del carácter. (Steinmann /Löhr 1994, 183).

17 Sobre el papel de la ética en la dirección puede verse nuestro estudio más detallado J. F. Lozano (1997, 83 – 123).

equipo, dentro de la pluralidad funcional y de roles, a medio y largo plazo.

Un nuevo papel que debe desarrollar el directivo, según las recientes modas de gestión (*empowerment*, trabajo en equipo, ...) es el de “cerebro del equipo”, el diseñador de jugadas (*Spielmacher*), y el potenciador de equipos. Éste es un punto que creemos de vital importancia y aquí coincide con la ética de la empresa presentada por A. Cortina (1994, 1997) de raigambre ortegiana que entiende como tarea fundamental de la dirección empresarial la de elevar la moral de los equipos.

También a nuestro juicio es destacable que, según nuestro autores, este nuevo papel no viene tanto exigido por las amenazas estratégicas, sino por las amenazas que supone olvidar “el lado” ético de la dirección de empresas. La importancia de la comunicación y la disposición al diálogo racional son exigencias irrenunciables de las organizaciones modernas.<sup>18</sup>

## **6. Consideraciones críticas a la propuesta de Steinmann Y Löhr**

Como hemos comentado al inicio de este apartado la propuesta de Steinmann y sus colaboradores del departamento de dirección empresarial de la Universidad de Erlangen-Nürnberg, especialmente A. Löhr, es una de las referencias ineludibles en el panorama de la ética empresarial europea. Su capacidad de integrar las exigencias éticas con los aspectos organizativos, su proximidad a la praxis y su sistematicidad hacen de ésta una de las propuestas más sólidas y coherentes.

A nuestro juicio son pocas las críticas que se les pueden presentar, quizá alguna de un profundo rigor filosófico como le han presentado Homann y Ulrich, pero a parte de esas – cuya discusión excedería los límites de este trabajo – nosotros nos atreveríamos a señalar dos.

- La asunción acrítica del principio de beneficio como último – y casi único – fin de la lógica económica. Creemos que si bien este fin formal es un factor clave de la lógica económica no podemos aceptarlo de forma acrítica puesto que nos deberíamos preguntar ¿quién define qué es el beneficio? ¿y beneficio para quién? En muchas ocasiones la legitimidad de las acciones económicas no vienen determinadas por la tendencia o no hacia el beneficio, sino por a quién beneficia. En el ámbito ético sólo podemos aceptar como incondicionado el imperativo de la igual dignidad de las personas y por tanto no podemos asumir como fundado el principio de beneficio en la ética empresarial. Una cuestión es que las empresas, de facto, actúen en un sistema de mercado y otro que ese – regido

---

<sup>18</sup> Entendiendo racional no sólo de modo lógico estratégico, sino contemplando también los aspectos emocionales y axiológicos de la racionalidad comunicativa.

por el beneficio y la libre competencia – sea el que otorgue validez a todas acciones empresariales.

- El concepto de praxis del que parten Steinmann y Löhr como ese ámbito desde el que surgen las necesidades para el desarrollo de normas que faciliten la solución pacífica de conflictos nos parece demasiado problemático y poco delimitado en su propuesta. El concepto de praxis en sí es teórico, y la *praxis inmediata* e irreflexiva no puede ser el fundamento de las normas morales.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALBERT, H. (1973): *Traktat über kritische Vernunft*, Tübingen, Mohr Siebeck.
- ALBERT, H. (2000): *Kritischer Rationalismus*, Tübingen, Mohr Siebeck.
- APEL, K. O. (1973): *Transformation der Philosophie*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- APEL, K. O. (1988): *Diskurs und Verantwortung*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- APEL, K. O. (1991): *Teoría de la Verdad y ética del discurso*, Barcelona, Paidós.
- APEL, K. O. (1993): “¿Necesitamos en la actualidad una ética universalista, o estamos ante una ideología de poder eurocéntrica?”, en: García-Marzá, D. / Martínez-Guzman, V. (Edit) (1993), *Teoría de Europa*, Valencia, Nau Llibres, 9 – 18.
- APEL, K. O. (1997): “Institutionsethik oder Diskursethik als Verantwortungsethik? Das Problem der institutionalen Implementation moralischer Normen im Falle des Systems der Marktwirtschaft”, en Harpes, J. P. / Kuhlmann, W. (edit) (1993), *Zur Relevanz der Diskursethik. Anwendungsprobleme der Diskursethik in Wirtschaft und Politik Münster*, Lit., 167 – 209.
- APEL, K. O. (1999): “Autopercepción intelectual de un proceso histórico. Retrospectiva autobiográfica”, *Anthropos*, 183: 12 – 19.
- APEL, K. O. (1999b): “Globalización y necesidad de una ética universal. El problema a la luz de una concepción pragmático-transcendental y procedimental de la ética discursiva” *Debats*, nº. 66: 48 – 68.
- ARISTÓTELES (1979): *Ética a Nicómaco*. Clásicos políticos, Madrid, Centro de estudios Constitucionales. Edición bilingüe y traducción de María Araujo y Julián Marías.
- CONILL, J. (1992): “Sociedad de mercado: economía y ética”. *Recerca – Revista de pensament i anàlisi*, Vol XVI, nº3. Pp. 79-83.

- CONILL, J. (1993): “Ética económica”, *Diálogo filosófico*, Pp. 195 – 204.
- CONILL, J. (1995): “¿Economía o crematística?”, *Acontecimiento*, nº 35, Pág. 5-7,
- CONILL, J. (2000): “Zur hermeneutischen Vertiefung der diskursethischen Wirtschaftsethik”, *Ethik und Sozialwissenschaften*, 11/2000, Pp. 572 – 574.
- CORTINA, A. (1994): *Ética de la empresa*, Madrid, Trotta.
- CORTINA, A. (1998c): “Weltwirtschaftsethik in radikaldemokratischer Perspektive”, en: Maak, T. / Lunau, Y. (edit) (1998), *Weltwirtschaftsethik. Globalisierung auf dem Prüfstand der Lebensdienlichkeit*, Bern, Haupt. Pp. 139 – 154.
- GARCÍA-MARZÁ, D. (1992): *Ética de la justicia*, Madrid, Tecnos.
- GARCÍA-MARZÁ, D. / Martínez-Guzman, V. (Edit) (1993): *Teoría de Europa*, Valencia, Nau Llibres.
- GARCÍA-MARZÁ, D. (1994): “Asesoría ética en la empresa: hacia un nuevo concepto de empresa”, en Cortina, A (edit), *Ética de la empresa*, Madrid, Trotta.
- GARCÍA-MARZÁ, D. (ed.) (1996): *La ética como instrumento de gestión empresarial*, Castellón, Universidad Jaume I, Fundación ÉTNOR, Fundación BANCAIXA.
- HABERMAS, J. (1981): *Theorie des kommunikativen Handelns*, Frankfurt a. M., Suhrkamp.
- HABERMAS, J. (1983): *Moralbewusstsein und Kommunikatives Handeln*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- HABERMAS, J. (1992): *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- HOMANN, K. / BLOME-DREES, F. (1992): *Wirtschafts- und Unternehmensethik*, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.
- KANT, I. (1785): *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1995. (Riga 1785.)
- LORENZEN, P. (1989): “Philosophische Fundierungsprobleme einer Wirtschafts- und Unternehmensethik”, in: Steinmann, H. / Löhr, A. (edit) (1989), *Unternehmensethik*, Stuttgart.
- LOZANO, J. M<sup>a</sup>. (1999): *Ética y empresa*, Trotta, Madrid.
- LOZANO, J. F. (1997): “La ética en la dirección empresarial: participación y responsabilidad”, en A. Cortina et al., *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Madrid, Argenteria – Visor.
- LOZANO, J. F. (2000): *Rational discourse as a foundation for ethical codes*. Paper presented at the II ISBEE World Congress, Sao Paulo, Brasil, July, 19 – 23

- LOZANO, J.F. (2001): "The Transformation by Dialogue of Managers' Code of Conduct: The Davos Manifesto 27 Years on", *Journal of Business Ethics*, 34: 269 – 277.
- MAYO, E. (1972): *Problemas humanos de una civilización postindustrial*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión.
- STEINMANN, H. / LÖHR, A. (ed.) (1989): *Unternehmensethik*, Stuttgart.
- STEINMANN, H. (1990): *Ethische Sensibilisierung von Unternehmungen*, Diskussionsbeiträge n. 59. Nürnberg, Lehrstuhl für Allgemeine BWL und Unternehmensführung.
- STEINMANN, H. / KÜHLMANN, M. T. (1991b): "Sieben Thesen zur Lehre im Fach Personalmanagement", *Die Betriebswirtschaft*, 51. : 667 – 673.
- STEINMANN, H. / SCHREYÖGG, G. (1993, 3<sup>a</sup>): *Management. Grundlagen der Unternehmensführung*, Wiesbaden, Gabler.
- STEINMANN, H. / LÖHR, A. (1994): *Grundlage der Unternehmensethik*, Stuttgart, Schaffer Poeschel.
- STEINMANN, H. / LÖHR, A. / KUSTERMANN, B. (1996): "Unternehmensleitbilder. Instrumente einer effizienten und sozialverträglichen Unternehmensführung" en *Forum Wirtschaftsethik*, 1/96: 1 – 5.
- STEINMANN, H. (1997): *Unternehmensethik: Freiheit und Verantwortung in einer globalisierten Wirtschaft*, Diskussionsbeiträge n. 92. Nürnberg, Lehrstuhl für Allgemeine BWL und Unternehmensführung.
- STEINMANN, H. / SCHERER, A. G. (edit) (1998): *Zwischen Universalismus und Relativismus. Philosophische Grundlagenprobleme des interkulturellen Managements*, Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- STEINMANN, H. / SCHERER, A. G. (1998b): *Corporate ethics and Management Theory*, Diskussionsbeiträge n. 93., Nürnberg, Lehrstuhl für Allgemeine BWL und Unternehmensführung.
- ULRICH, P. (1993): *Transformation der ökonomischen Vernunft*, Bern, Haupt Verlag.
- ULRICH, P. (1997): *Integrative Wirtschaftsethik*, Bern, Haupt.