

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y TEOLOGÍA  
ESCUELA DE FILOSOFÍA

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
MAGÍSTER EN FILOSOFÍA

ÉTICA APLICADA A LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS  
DESDE UNA PERSPECTIVA LATINOAMERICANA

MILTON ANÍBAL ULLOA HALLO

DIRECTOR: Dr. SAMUEL GUERRA BRAVO

QUITO, 2014

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado a los miles de pequeños emprendedores que luchan día a día por sacar adelante sus pequeños negocios a pesar de las mil y un dificultades que tienen que sortear para cristalizar sus brillantes iniciativas.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco muy sinceramente a mis 3 mujeres, mi hija, mi esposa y mi madre, quienes me han motivado constantemente a incursionar en el mundo de los negocios y ahora a retomar mis estudios.

Vaya mi gratitud también para todo el personal que labora en mi pequeña empresa. Ellos han sido el pilar fundamental del florecimiento de lo que fuera apenas un sueño hace más de dos décadas.

## RESUMEN

El desenvolvimiento de la pequeña empresa en los últimos años ha tenido que modificar sus estrategias pues el Estado, otrora permisivo con la iniciativa privada, ha retomado la planificación del progreso de la nación. Esto ha obligado a que la empresa deba regirse estrictamente al reordenamiento propuesto por los organismos estatales que velan por el progreso de la Nación no solo en términos macroeconómicos, sino por el buen vivir de toda la población. Por ello, hemos creído necesario en el primer capítulo situar el contexto en el cual se va a desarrollar la Microempresa en nuestro país.

Este reordenamiento estatal implica básicamente una considerable carga impositiva, mejores sueldos para los empleados y un cambio de la filosofía empresarial que pasa del enriquecimiento personal del empresario a un crecimiento de la sociedad toda. Junto a esta nueva política que reorienta el accionar de las pequeñas empresas, éstas tienen ante sí un monstruo que carcome los cimientos mismos de su existencia como son las grandes cadenas nacionales y transnacionales.

Estos emporios económicos, que se ingenian en traspasar toda frontera aún en los países que se resisten a firmar tratados de libre comercio, responden de una mejor manera a las nuevas exigencias estatales, pues, los sueldos y los impuestos que pagan son infinitamente superiores a los que podrían pagar todas las pequeñas empresas juntas.

Por ello, dedicamos el capítulo segundo a realizar un análisis de la ética que está detrás del mundo capitalista cuna de las grandes transnacionales. Básicamente intentamos desmontar las motivaciones últimas que llevaron a unos cuantos pequeños negocios en Norteamérica, cuna del capitalismo, a convertirse en los monstruos económicos que conocemos actualmente.

Luego presentamos una alternativa desde nuestro medio que lleve al empresario a mirar su crecimiento motivado no en función del capital, sino en razón del buen vivir de la sociedad toda. Partimos para ello del análisis del descubrimiento del otro como actor fundamental para sacar al empresario de su visión personalista y egoísta de la realidad.

En el capítulo tres intentamos mirar nuestra pequeña empresa primero desde una perspectiva capitalista para aplicar los principios del sistema imperante

a un pequeño negocio en particular. Lo propio hacemos luego con los principios éticos basados en el crecimiento del ser humano y la comunidad. Con ello lo que queremos es demostrar que sí es posible un crecimiento razonado de la pequeña empresa aplicando una ética cuyo móvil no sea el capital, sino el ser humano. Además, pretendemos fundamentar una realización más humana del pequeño empresario adhiriéndose a estos principios.

Concluimos el trabajo con una aplicación concreta de los principios establecidos en el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 a nuestra pequeña empresa. Esto en razón de que los principios de este Plan constituyen una alternativa concreta al sistema capitalista que so pretexto del progreso sin más atropella al ser humano, a la cultura, a la naturaleza. Las propuestas teóricas generales del Plan lo aplicamos a nuestra pequeña empresa visualizando prácticas concretas a emprender en nuestro diario vivir. De tal manera que el negocio, obteniendo unas razonables ganancias, impulse el desarrollo del empleado como un ser humano pleno, mantenga una clientela satisfecha con los bienes y servicio prestados, cumpla con los créditos que mantiene con sus proveedores, pague puntualmente con las obligaciones tributarias y, deje la menor huella posible en el hábitat. Así, la empresa se constituirá en un aporte positivo al buen vivir de la sociedad.

## **PALABRAS CLAVE**

Microempresa

Multinacionales

Libre Comercio

Ética

Individualismo

Comunidad

## **ABSTRACT**

The development of small business in recent years has had to change their strategies because the State, once permissive with the private sector, has taken up the planning progress of the nation. This has forced the company should strictly abide proposed by state agencies that oversee the progress of the nation not only in macroeconomic terms, but for the good living of all people rearrangement. Therefore, we believe it necessary in the first chapter situate the context in which it will develop Microenterprise in our country.

This state rearrangement basically involves considerable tax burden, higher salaries for employees and a change in business philosophy of personal enrichment passing of entrepreneur growth of the whole society. Along with this new policy that redirects the actions of small businesses, they face a monster that eats away the very foundations of their existence as are the large national and international networks.

These economic empires , which contrive to pass all boundaries even in countries that refuse to sign free trade agreements , a better way to respond to new state requirements therefore wages and the taxes they pay are infinitely superior to the they could pay all small businesses together.

Therefore, the second chapter devoted to an analysis of the ethics behind the capitalist world of transnational crib. Basically we try to remove the last motivations for a few small businesses in North America, the cradle of capitalism, become economic monsters we know today.

We then present an alternative from our environment that leads the employer to look at your growth motivated not by the capital but due to the good life of the whole society. We leave this analysis for the discovery of another key player as the employer to take his personal and selfish view of reality.

In third chapter we tried our small business look first from a capitalist perspective to apply the principles of the present system to a small business in particular. What we then own with ethical principles based on human growth and community. With this we want to show that it is possible a reasoned growth of small business applying ethics whose motive is not the capital but the human being. In addition,

we intend to support a more human embodiment of small business by adhering to these principles.

We conclude the work with a concrete application of the principles set out in the National Plan for Good Living 2013-2017 our small business. This for the reason that the principles of this Plan constitute a concrete alternative to the capitalist system under the guise of progress without further tramples human beings, culture, and nature. The general theoretical proposals in the Plan apply it to our small business currently undertake concrete practices in our daily lives. Thus the business , obtaining reasonable profits , boost employee development as a full human being , keep a satisfied clientele with goods and services provided , meets the credits it has with its suppliers , pay punctually tax obligations and leave the smallest possible footprint in the habitat. Thus, the company will become a positive contribution to the good life of society.

## **KEYWORDS**

Microenterprise

Multinationals

Free Trade

Ethical

Individualism

Community

## ÍNDICE

RESUMEN .....	iv
ABSTRACT .....	vi
ÍNDICE .....	viii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I .....	3
LA MICROEMPRESA EN EL ECUADOR.....	3
1.1. EL CONTEXTO ECUATORIANO DE LOS ÚLTIMOS AÑOS...3	
1.1.1. LA PUESTA EN DUDA DE LAS RECETAS NEOLIBERALES..3	
1.1.2. EI ECUADOR POLARIZADO.....	7
1.2. QUÉ ES LA MICROEMPRESA .....	11
1.2.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MICROEMPRESA .....	11
1.2.1.1. ¿Quiénes empiezan un pequeño negocio?.....	11
1.2.1.2. Carácter familiar .....	12
1.2.1.3. Escasos conocimientos técnico-administrativos .....	13
1.2.1.4. Escasez de fuentes de financiamiento.....	15
1.2.1.5. Adaptación y capacidad de respuesta .....	16
1.2.1.6. Baja productividad .....	17
1.2.1.7. Jugando al límite de la legalidad.....	18
1.2.3. EL ROL DE LA MICROEMPRESA EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA.....	20
1.3. CAUSAS DE LAS FRECUENTES QUIEBRAS DE LA MICROEMPRESA .....	22
1.3.1. APERTURA CIEGA A TRATADOS DE LIBRE COMERCIO...23	
1.3.2. FALTA DE CAPITAL Y ASESORAMIENTO .....	25

1.3.3. COMPETENCIA DESLEAL .....	26
CAPÍTULO II .....	30
CONCEPTOS SOBRE ÉTICA EN GENERAL .....	30
2.1. CONCEPCIONES BÁSICAS SOBRE ÉTICA .....	30
2.1.1. ÉTICA EMPRESARIAL.....	31
2.2. ÉTICA CAPITALISTA .....	34
2.2.1. LA MOTIVACIÓN POR EL BENEFICIO.....	34
2.2.2. LA MERCANTILIZACIÓN DEL TRABAJO, EL EMPLEO Y LA NATURALEZA.....	37
2.2.3. LA SUPERVIVENCIA DE LOS MÁS APTOS.....	38
2.2.4. EL ESTADO COMO REGULADOR DE LA ÉTICA .....	41
2.2.5. LA CREACIÓN DE NECESIDADES .....	43
2.2.6. LA IDEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL .....	46
2.3. ÉTICA HUMANISTA O ÉTICA COMUNITARIA .....	47
2.3.1. EL NOSOTROS COMO GESTOR DE LA ÉTICA .....	50
2.3.2. CÓMO RECUPARAR LA COMUNIDAD FRENTE AL INDIVIDUALISMO .....	53
2.3.3. EL COMUNITARISMO A LARGO PLAZO .....	55
2.3.4. OTRA FORMA DE ENTENDER Y CANALIZAR LAS GANANCIAS .....	56
CAPÍTULO III .....	60
ESTUDIO DE UN CASO .....	60
3.1. UNA PEQUEÑA EMPRESA LLEVADA CON UNA ÉTICA CAPITALISTA.....	60
3.1.1. LA DESESPERACIÓN POR SALIR DE LA POBREZA COMO EJE DEL NEGOCIO. ....	61
3.1.2. RELACIÓN VERTICAL ENTRE DUEÑO Y EMPLEADO .....	63
3.1.3. EL VACÍO EXISTENCIAL DEL PEQUEÑO EMPRESARIO ....	66
3.2. UNA PEQUEÑA EMPRESA LLEVADA CON UNA ETICA HUMANISTA O COMUNITARIA .....	67

3.2.1. EL BIENESTAR DE LA COMUIDAD COMO NORTE DEL NEGOCIO.....	68
3.2.2. EL BUEN AMBIENTE DE TRABAJO .....	70
3.2.3. RELACIÓN HORIZONTAL DUEÑO-EMPLEADO.....	72
3.2.4. LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE COMO REALIZACIÓN EMPRESARIAL DEL PEQUEÑO NEGOCIO.....	74
3.3. UNA PEQUEÑA EMPRESA EN EL MARCO DE LOS PRINCIPIOS ESTABLECIDOS EN EL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-20017 .....	75
3.3.1. UNA SOCIEDAD RADICALMENTE JUSTA .....	76
3.3.1.1. Justicia social y económica.....	76
3.3.1.2. Justicia democrática participativa. ....	77
3.3.1.3. Justicia intergeneracional. ....	78
3.3.1.4. Justicia transnacional. ....	78
3.3.2. UNA SOCIEDAD CON TRABAJO Y TIEMPO CREATIVO .....	79
3.3.3. SOCIEDAD IGUALITARIA Y EQUITATIVA .....	80
3.3.4. SOCIEDAD DE PLENAS CAPACIDADES, EMANCIPACIÓN Y AUTONOMÍA.....	80
3.3.5. SOCIEDAD SOLIDARIA.....	81
3.3.6. SOCIEDAD DE EXCELENCIA .....	81
3.3.7. SOCIEDAD FELIZ .....	82
CONCLUSIONES.....	83
BIBLIOGRAFÍA .....	86

## INTRODUCCIÓN

En los países del llamado tercer mundo, la pequeña empresa ha sido un importante puntal en el quehacer económico de nuestras sociedades. En la antigüedad casi todos los productos y servicios que necesitaba la población estaban cubiertos por pequeños negocios que estaban atentos a los requerimientos de la sociedad. Pero luego, y a medida que los pueblos han ido creciendo, sus necesidades se han vuelto más grandes y complejas, lo que ha requerido la intervención del Estado y de empresas mucho más grandes (generalmente venidas del primer mundo) para responder a los requerimientos de la población. Gobiernos de corte capitalista permitirán que las empresas tengan mayor participación en la solución de los diversos problemas y necesidades que requieren las sociedades modernas. Gobiernos de tinte socialista limitarán o controlarán dicha participación empresarial para ser más bien ellos los artífices fundamentales del desarrollo de los pueblos.

En el caso concreto de nuestro país, si bien es cierto se ha controlado ostensiblemente el libertinaje de la gran empresa en su quehacer económico, la presencia misma de las grandes cadenas empresariales multinacionales ha frenado de una manera muy importante el desarrollo de las pequeñas empresas y ha puesto en entredicho su misma supervivencia.

Frente a esta avalancha de multinacionales y grandes cadenas nacionales, para que pueda sobrevivir y posiblemente desarrollarse la pequeña empresa, necesitará de diversos aportes y estrategias desde el ámbito económico, político, sociológico, cultural, antropológico, ético, etc.

Desde el mundo de la filosofía queremos aportar con unas cuantas consideraciones éticas que ayuden a que la pequeña empresa se convierta en un activo artífice en la consecución de una sociedad más justa y más humana. Vemos un real peligro de que el pequeño empresario se guíe por la misma ética capitalista que rige al sistema que nos invade al globalizarse cada día más. Por ello, el presente trabajo pretende fundamentar una ética que surja de otras motivaciones que no sean el puro afán de incrementar el capital y el poder, típicos puntales del capitalismo actual.

Para ello, empezaremos haciendo un breve análisis de la situación económico-política de nuestro país en los últimos años con el fin de comprender el lugar concreto en donde deben desenvolverse las pequeñas empresas.

En nuestro país vivimos en estos años una situación muy peculiar. La reorientación de las políticas de gobierno está dirigida a enrumbar las costumbres de la población hacia cánones que signifiquen seguir un libreto centralmente planificado en pro del progreso del país. Esto significa que las reglas del juego están ahí y lo que nos toca es acogernos a ellas.

Los pequeños negocios, tema de nuestro estudio, son partícipes obviamente de esta reglamentación en los diferentes campos de su accionar. Junto a esta circunstancia que les ha tocado vivir, están las innumerables cadenas de comercio nacionales e internacionales que, por superarlas en capital y tecnología, pueden ofrecer productos y servicios más baratos y de mejor calidad y, además, cumplir fácilmente las exigencias gubernamentales en cuanto a normas laborales, tablas impositivas, responsabilidades sociales y, curiosamente, aparecen como más éticas que las pequeñas empresas que difícilmente pueden cumplir con todas las exigencias estatales y –aparentemente- menos con normas éticas.

En estas circunstancias el presente trabajo pretende plantear una ética que no signifique un freno u obstáculo más en su diario vivir. Que tampoco sea el visto bueno para un accionar desenfrenado en pos de la supervivencia primero y del enriquecimiento después. Sino más bien que sea una ayuda para el desarrollo personal del pequeño empresario. Una ética que no signifique envidia contra la competencia, sino aprendizaje de estrategias. Que, sin pagar a regañadientes los viáticos a sus ayudantes, premie sus aportes y constancia. Que mire al Estado no como la personificación de alguien, sino como un organismo fundamental que vela por el bienestar de la sociedad en la que él mismo está incluido. Que intente en lo posible que su trabajo aporte también al bienestar de la sociedad y no solo al cumplimiento de sus fines y objetivos personales. Es decir, creemos que una ética humanitaria, no solo es una alternativa válida a la ética capitalista, sino una verdadera respuesta a los múltiples problemas que vive a diario el pequeño empresario.

Terminaremos el trabajo con una aplicación de las ideas desarrolladas a una pequeña empresa dedicada a la prestación de servicios de fotocopiado. Primero matizaremos prácticas y vivencias diarias de una pequeña empresa con un aire capitalista para luego intentar esbozar una ética humanista y comunitaria que pueda guiar al pequeño empresario en su diario vivir. De tal manera que consiga primero descubrirse y realizarse como persona en su esencial relación con sus empleados, proveedores, clientes y su misma competencia, para luego aspirar a un lícito progreso conjuntamente con la sociedad misma.

# **CAPÍTULO I**

## **LA MICROEMPRESA EN EL ECUADOR**

### **1.1. EL CONTEXTO ECUATORIANO DE LOS ÚLTIMOS AÑOS**

El objetivo del presente trabajo es plantear una ética que sirva para los pequeños negocios en el Ecuador. Para ello vamos a empezar realizando un breve análisis del ambiente actual en nuestro país en donde operan los microemprendedores. Intentaremos en lo posible deslindarnos de banderas o colores políticos que tergiversen el análisis de la realidad. Por otro lado, tampoco abundaremos en datos económicos pues no es nuestro objetivo principal, tan solo queremos mostrar una panorámica general del país en el que se desenvuelven los pequeños negocios. Partiremos en todo caso de la crisis bancaria, pues la presente administración viene a ser una respuesta económico político a esa triste época de la historia de nuestro país.

#### **1.1.1. LA PUESTA EN DUDA DE LAS RECETAS NEOLIBERALES**

Luego de haber vivido la traumática experiencia del feriado bancario que representó una transferencia de más o menos 2500 millones de dólares de los depositantes a los bancos, la gran mayoría de los ecuatorianos empezó al menos a dudar de las recetas neoliberales dictadas por el “consenso de Washington”.

Al profundizar en el análisis de este hecho, un poco familiar en el contexto latinoamericano, se empezó a notar que no dio muy buen resultado la reducción del control estatal de la economía en favor de la apertura total a la iniciativa privada.

Entonces se inició una gran retórica en contra del entreguismo a los mercados y políticas internacionales, particularmente en contra de las sugerencias del Fondo Monetario Internacional.

Se evidenció cómo funcionarios del Banco Central, otrora controlado por el Estado, convivían en el mismo edificio con ejecutivos del FMI. Era tal la interdependencia que, los mejores funcionarios terminaban sus funciones como

empleados del Fondo. Por ello las renegociaciones que se hacían de la deuda externa, por ejemplo, siempre eran a favor de los acreedores y de los tenedores de los bonos de la deuda. En nombre de la irremediable e inminente globalización se planteó la imposibilidad de tener una política soberana para someterse completamente a las exigencias del sistema imperante.

En ese ambiente, como era de esperarse, empezó a gestarse un Tratado de Libre Comercio con los EEUU y la moda privatizadora estaba en su mejor momento. Empezó incluso a tramitarse una ley para privatizar hasta los campos petroleros. Y a modo de ejemplo ilustrativo se recuerda el caso del aeropuerto de Quito que, luego de aportar el Estado con más del triple de la inversión, durante los próximos 35 años, éste no debía recibir casi nada según el contrato. También recordemos que de los 14 millones que prestó el Banco Mundial para que se analice y apruebe la ley de minería, el 40 % se gastó en consultorías sugeridas por el mismo Banco; fruto de esa ley se aprobaron más de 4000 concesiones mineras, de las cuales el Estado recibía hasta 1 dólar por hectárea concesionada; un ejemplo concreto: la empresa minera canadiense Barrick Gold, de cada 100 dólares se queda con los 97 y solo 3 entrega al país (Correa, 2011, págs. 57-58).

Otro de los que salió ganando de la crisis fue el Banco Central que, luego de haber emitido dinero para salvar a la banca quebrada, se quedó con lujosos edificios y propiedades de los banqueros que no pudieron pagar sus deudas. Recibía intereses de los bonos de la AGD y de la reserva monetaria que se encontraba en el exterior financiando paradójicamente a los países ricos. Con sueldos y canojías impresionantes sus funcionarios se dedicaban aunque sea a hacer de promotores culturales, pues su presencia era innecesaria al no tener moneda nacional y, hasta podían jubilarse a los 45 años, 20 años antes que el resto (Correa, Ecuador: de banana republic a la no república, 2011, págs. 84-86).

De la misma manera en el área petrolera, y debido a que los precios del barril habían caído, los contratos pasaron en muchos casos de prestación de servicios a contratos de participación. Con ello el Estado recibía en el mejor de los casos el 18 % de sus propios recursos, destinándose la diferencia a las empresas que debían por su puesto proteger sus inversiones con la venia del Estado. Con ello, si los precios del barril mejoraban, toda la ganancia se lo llevaban ellos, pero si estos bajaban, el Estado debía asumir las pérdidas (Correa, Ecuador: de banana republic a la no república, 2011, pág. 65).

La política laboral igualmente fue diseñada de acuerdo a las necesidades de los empresarios, así por ejemplo, la tercerización laboral les permitía desligarse de la participación de utilidades y eludir la estabilidad del trabajador (Correa, Ecuador: de banana republic a la no república, 2011, pág. 60). Además los salarios públicos estaban íntimamente ligados a no agravar el problema fiscal,

que era uno de los temas fundamentales en las orientaciones de los organismos internacionales. Si había posibles excedentes económicos, el Estado debía guardarlos prudentemente para, en posibles futuras crisis, poder honrar el pago de la deuda y bajo ningún concepto malgastarse en obra social, infraestructura, educación, salud.

En cuanto a la moneda con la que nos manejamos luego de la crisis, el dólar, solo nos limitamos a comentar que, siendo una opción desesperada que se tomó para parar la incontenible inflación, sería una locura volver al sucre para revivir la incertidumbre de las devaluaciones. No obstante hay que anotar que la dolarización o cualquier tipo de cambio fijo solo sobreviven si hay importantes entradas de dinero, como en nuestro caso, precios de petróleo altos y remesas de inmigrantes. Querer confiar en que las exportaciones van a subir de tal manera que superen a las importaciones es extremadamente ilusorio. Por ello, siempre la moneda nacional tendrá la ventaja de regular los desequilibrios externos y la pérdida de competitividad. Aunque quien pierde más con la inflación es el mayor poseedor de los activos líquidos, en nuestro caso, el sector financiero; no obstante, es quizá más desesperante para el pobre que, al recibir el mismo sueldo, ve cómo misteriosamente ya no puede comprar cosas que hasta el mes pasado sí podía hacerlo, pues “ya han subido”.

Sin embargo los resultados de estas políticas tomadas durante y después de la crisis no eran tan halagadores que digamos, pues, en lenguaje popular y para no entrar en el ámbito de las matemáticas financieras, los pobres estaban más pobres y los ricos más ricos. Esto radicalizó la desesperación por sobrevivir de los más desposeídos y, al ver que la situación estaba mejor en el primer mundo, se desató una verdadera huida del país en busca de mejores días. Y, paradójicamente, muchos de los que fueron desterrados por los malos manejos del Estado, son los que hoy le sostienen al menos en parte con sus remesas.

La emigración, como la expresión más patética de la crisis, es quizá el episodio más doloroso de la ausencia de plazas de trabajo en nuestro país, pues conlleva en su seno la desintegración familiar. Larga es la lista de las atroces consecuencias de este flagelo: suicidios, niños sin afecto de sus padres, niños maltratados, violaciones, tíos y abuelos con cargas ajenas, padres y madres desesperados trabajando como esclavos lejos del sentido mismo de sus vidas (sus hijos), etc.

Sin embargo, la crisis fue también el caldo de cultivo propicio para que despierte el empresario escondido en miles y miles de ambulantes seres humanos perdidos en el inmenso mar de la miseria y la desesperanza. Aumentaron así por doquier las ventas ambulantes y los negocios pequeños para los que, los feriados bancarios y recetas fondomonetaristas, apenas si sonaban a

lejanos murmullos, pues sus incipientes transacciones económicas las realizaban muy lejos de los grandes centros financieros a los que no los dejaban siquiera acercarse, peor ser parte de sus acaudalados clientes.

No obstante, estas mini empresas “tenían aun la ventaja” de que los salarios para sus colaboradores eran aún bajos y los impuestos y la infinidad de leyes reguladoras eran cosa de las grandes empresas, lo que les permitía mantener bajos costos de producción. Las cosas estarían por cambiar y, entramos entonces de lleno en el Ecuador actual en donde van a desenvolverse los pequeños negocios objeto de nuestro estudio.

Luego de habernos aproximado al panorama anterior en donde la mayoría del pueblo acepta que en el país hubo una relación incestuosa entre poder político y financiero, esta mayoría ve la necesidad de cambiar las relaciones de poder como algo fundamental para combatir la pobreza y la desigualdad en nuestros pueblos.

Ahora entonces, el FMI y las potencias occidentales ya no toman las decisiones político-económicas en el país. Consecuencia simbólica de ello es la ausencia de oficinas del Fondo y la expulsión de los “gringos” de la base de Manta.

Citamos a continuación algunos datos que ejemplifican estos cambios.

Si en el 2004 el pago de la deuda era del 8,1% del PIB, en la actualidad es del 4,3%. Si antes se destinaba el 3% a la inversión social, hoy es el 11%. La tercerización laboral fue eliminada y el salario digno cada vez se acerca más a cubrir la canasta básica. Los contratos petroleros dejan en el país el 80% de la renta petrolera, cuando antes se llevaban hasta el 85%. Los contratos mineros dan hasta el 51% de la renta minera, y el 60% de las regalías deben pasar al desarrollo social. Por ello la pobreza ha bajado del 36,7% al 25,3%, la extrema pobreza del 16,5% al 9,4%; y del 0,55% al 0,47% el coeficiente de gini que es el principal indicador de la desigualdad a nivel económico. La recaudación de impuestos igualmente ha subido considerablemente. Si en el 2007 era de 5300 millones de dólares, hoy es casi el doble. Y la evasión tributaria pasó del 60% al 20%. Es decir que se va logrando cada vez más crear una conciencia tributaria en la sociedad como uno de los ejes fundamentales para conseguir la tan ansiada redistribución de las riquezas. (CEPAL, 2012).

Otro ámbito que es esencial para nuestra investigación es el aperturismo comercial. Antes se abrió las puertas al ingreso de productos extranjeros que pusieron en serios apuros a las pequeñas empresas productoras, las cuales se vieron incapaces de competir con productos más baratos y de mejor calidad. Muchas de estas pequeñas empresas se vieron obligadas a cerrar sus negocios.

Hoy esto ha cambiado, por ejemplo, si en el 2008 sobrevivían 600 talleres de zapatos, luego de 3 años hay más de 4500 talleres. Esto gracias a que se colocó un arancel de 10 dólares a cada par importado (Proecuador, 2012). Se ha abierto además, a través del portal de compras públicas, la posibilidad de que las pequeñas empresas puedan vender sus productos y servicios al Estado; cosa que antes estaba velada y solo servía para pagar favores políticos.

Hay que notar además que internamente antes los gobiernos se encontraban bloqueados en las tomas de sus decisiones por verdaderas mafias políticas que estaban enquistadas en los diversos ministerios y organizaciones no gubernamentales. Mediante una forma de gobierno firme y decidido se va reemplazando esos puestos de dirección por personal que accede a ellos por concurso de merecimientos y su deseo de servir a la población. Con esta política se quiere presionar a que todos estén más preparados para ejercer cualquier función en bien del desarrollo del país.

### **1.1.2. EI ECUADOR POLARIZADO**

Luego de la crisis del 99 el Ecuador vivió un clima de inestabilidad tan extremo que ningún gobierno consiguió culminar el período para el cual fue electo. Los intentos por superar la crisis que analizamos anteriormente no daban resultado. Hasta que en un enésimo intento entró otro gobierno (el actual) básicamente con las mismas propuestas teóricas: no hacer lo mismo que los anteriores políticos y trabajar por los más necesitados.

En vista de que los regímenes anteriores eran cesados por traicionar los mandatos del pueblo, para contrarrestar esta epidemia el régimen actual ha recurrido a sucesivas consultas al pueblo que refuercen su línea política. Las ha ganado todas puesto que la mayoría de la población entiende que el gobierno trabaja para satisfacer sus demandas, necesidades y mandatos y, no para la burguesía como ocurría con los anteriores gobiernos.

Sabedor de que sus predecesores fueron destituidos, entre otros factores, gracias a que los líderes de oposición sobredimensionaron sus errores y los amplificaron por los medios de comunicación privados, este gobierno sabía perfectamente entonces a quién atacar.

Los blancos eran fáciles de identificar. Estaban los organismos internacionales como los saqueadores de los bienes patrios, los banqueros como cómplices o culpables de la crisis, los grandes empresarios como evasores de impuestos y explotadores laborales, los líderes opositores como desenfocados en

sus críticas, los medios de comunicación privados como grandes negocios que solo velan por sus intereses, los sindicatos como cuna de mediocres dirigentes que sangran las arcas fiscales, los organismo de profesores (la UNE) como la cuna de un partido político y como encubridores de la mediocridad del magisterio, las organizaciones estudiantiles también como botín de un partido político y, cualquiera que ose insultar al gobernante como el que atenta contra el debido respeto a la majestad de la presidencia.

Pero a estos enemigos de la patria, no solo había que nombrarlos. Probablemente los anteriores regímenes ya lo hicieron. Había que quitarlos el poder político y devolverlo al pueblo. Para ello expulsó a los funcionarios de FMI, la CIA y a los “gringos” de la base de Manta. A los banqueros les prohibió tener otros negocios (especialmente medios de comunicación) para que no se creen conflictos de intereses; les obligó a repatriar los capitales del exterior que so pretexto de garantía para posibles emergencias estaban más bien financiando a economías extranjeras; les recortó los cobros que hacían a los clientes por servicios bancarios y; de sus utilidades destinó un porcentaje para subir el bono de desarrollo humano. Para controlar a los empresarios reordenó el ministerio de trabajo para que sus inspectores salgan y vayan de empresa en empresa comprobando que los pagos a los empleados estén de acuerdo a la ley; modernizó el IESS para que sus inspectores controlen las afiliaciones obligatorias del personal de las empresas; reforzó el SRI para que controle y vigile el pago puntual de los impuestos; modernizó las aduanas para evitar sobornos y aumentar el control a las importaciones; les puso límites a las importaciones de tal manera que no alteren la balanza comercial; dispuso un impuesto a la salida de capitales con la misma intención; elevó los aranceles y los impuestos a los artículos suntuarios o de lujo; subió la tabla de impuestos para que las empresas que generen más utilidades paguen más. A los líderes opositores les espulgó sus obligaciones tributarias para, en caso de alguna infracción, imputar políticamente su calidad moral; indagó su pasado o historial político que los pueda relacionar de algún modo con la partidocracia que desangró a la patria; rebuscó en sus intervenciones cualquier alejamiento de la verdad para darles una respuesta política en las sabatinas. En cuanto a los medios de comunicación, develó a sus propietarios (que no eran muchos); insistió hasta la saciedad que eran unos negocios privados cuyo fin último era el lucro y no el bien de la sociedad; ridiculizó al extremo a sus comentaristas y obtuvo, en algunos casos, que los propietarios de los medios se vean obligados a suspenderlos. En los sindicatos retiró sin problema a funcionarios corruptos; reveló su afiliación política; y compró las renuncias a otros. A los profesores, eliminó su organización (la UNE) por su afiliación política; les quitó la politiquería al descubrir que la mayoría no estaban bien preparados y les obligó a sentarse cual estudiantes principiantes en las aulas de nivelación; a su máxima dirigente (Mery Zamora) lo enjuició y encarceló por terrorismo y sabotaje, según la ley vigente. En el caso de la dirigencia estudiantil,

a su máximo representante (Marcelo Rivera director de la Asociación de Estudiantes de la U central) le cayó todo el peso de la ley y terminó tras las rejas por actos de vandalismo y esa Universidad dejó de ser la central de un partido político. Y en fin, son varios los casos de ciudadanos comunes que han sido detenidos e investigados por insultar o faltar al respeto a la majestad de la presidencia<sup>1</sup>.

De esta manera la élite burguesa del país empieza a ver seriamente cómo su poder comienza a recortarse y sus privilegios pasan poco a poco a ser cosa del pasado. Ante esta catastrófica realidad de su grupo acuden a sus medios privados para sobredimensionar su situación y presentar el futuro del país como un sombrío escenario en donde lo habitual será el desabastecimiento, primero de los productos superfluos y luego de los productos básicos, gracias a la desmotivación empresarial a la que se encuentran abocados. Esto lo adosan con la supuesta falta de libertad de expresión existente cuando el régimen responde consistentemente a sus interesados análisis.

Ante sus repetitivas presentaciones en sus medios privados, no poca gente se deja seducir por sus apocalípticas predicciones, entre los que se encuentran muchos microempresarios que ven sombríamente el futuro de sus negocios con las medidas del régimen. La prensa privada intenta colocar en un solo bando a todos los empresarios, sean estos multimillonarios burgueses o sencillos propietarios de la tienda de la esquina, consiguiendo así el apoyo de este amplio sector.

Así, la polarización que es real, se presenta de una manera súper dimensionada por la burguesía que se resiste a perder su poder y sus privilegios. Sin embargo, tal polarización se presenta casi inevitable cuando una inmensa mayoría reclama para sí el control del poder, pues la burguesía de ninguna manera va a aceptar perder sus exagerados privilegios. Este cambio de paradigma genera rechazo, y generará por mucho tiempo, hasta que la burguesía acepte las nuevas reglas del juego. Más bien deberían agradecer que este cambio sea pacífico y democrático y no un brusco y sangriento cambio revolucionario que, lo único que intenta es recuperar la dignidad plena de un pueblo que fue sistemáticamente excluido o a lo mucho considerado como “buenos salvajes” digno de un “programa civilizatorio” (Roig, 2002, pág. 59).

Ahora bien, de tratarse de una sustitución radical de los medios de producción privados por los estatales, la microempresa tendría que oponerse necesariamente pues estaría en juego su supervivencia o modo de vida. Sin embargo, de lo que se trata es de ordenar la anarquía en la que la burguesía

---

<sup>1</sup> Esto constituye un resumen muy general de los noticieros de la prensa privada.

ponía las reglas del juego en detrimento de las grandes mayorías. Anarquía, pues, seguro que si esta misma burguesía tenía empresas en Miami, estandarte de su capitalismo, no podían evadir impuestos y pagos legales a sus empleados, como lo hacían en sus propios países (Correa, Ecuador: de banana republic a la no república, 2011, pág. 61). La clase empresarial según la visión socialista actual, es indispensable en toda sociedad, independientemente si el empresario persigue un fin de lucro o busca otra clase de objetivos altruistas (Correa, Ecuador: de banana republic a la no república, 2011, pág. 209).

De ahí que este reajuste incluya sueldos dignos para los empleados y un justo régimen impositivo para las empresas que más réditos económicos obtienen. La pequeña empresa que se beneficiaba también de los bajos sueldos y evasiones tributarias debe comprender también que con ese accionar afectaba a la sociedad y, cual gran empresario capitalista, ascendía, aunque en menor escala, pisando a otros seres humanos.

Así, y solo para enunciarlo, pues no es el objetivo de nuestro trabajo, Correa, Chávez, Evo, Cristina no serían los “culpables” de esta polarización de los pueblos latinoamericanos, como lo reitera la burguesía, sino simples productos de algo más trascendental como son las luchas de la mayoría por ser actores de su propia historia. Será más bien un despertar latino del sueño americano en donde los únicos que salían ganando en este juego capitalista eran los grandes dueños del capital en el primer mundo y sus corifeos o burgueses en nuestros países. La propuesta socialista sería, entonces, una expresión del sueño latinoamericano que no consiste en un enriquecimiento individualista de unos pocos en detrimento de otros, sino más bien en el buen vivir de toda una sociedad. Por ello, si un grupo, el de los ricos y clase media alta, ya llegó a ese deseado nivel, ahora las políticas de esta nueva visión deben enfocarse en ayudar a los grupos sociales que están en la extrema pobreza y por ello muy lejos del buen vivir de toda la sociedad. Para ello, los ingresos fiscales deben destinarse a ese grupo desprotegido en particular y, además, reforzar la recaudación impositiva a los grupos sociales que ya tienen lo suficiente, para con esos recursos lograr la tan ansiada redistribución de las riquezas. Faltaría, por lo tanto, más bien que la minoría restante despierte y se sacuda de esta subrepticia forma de esclavismo para, una vez liberados de las ataduras imperialistas, ser artífices de nuestra propia historia y articular un sistema económico y político que surja de nuestra particular forma de ser. En este contexto será entonces en donde *intentaremos en los próximos capítulos dismantlar la ética que está detrás del mundo capitalista para luego aportar con algunas ideas en la estructuración de una nueva ética que nazca de nuestras necesidades, aspiraciones, formas de ser, de tal manera que vayan articulando el ser mismo latinoamericano con sus diversas manifestaciones y expresiones.*

## **1.2. QUÉ ES LA MICROEMPRESA**

Para el presente trabajo consideramos a la microempresa como la unidad económica mínima, establecida por iniciativa de su creador que en forma lícita produce bienes y servicios, cuyas ventas mensuales no superen los ocho mil dólares, ni sus costos de producción rebasen los seis mil dólares y, y los puestos de trabajo generados no sean más de diez.

### **1.2.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MICROEMPRESA**

#### **1.2.1.1. ¿Quiénes empiezan un pequeño negocio?**

Partiendo de una visión puramente economicista de la sociedad, notamos que los seres humanos en el mundo moderno, desde niños, son educados desde la escuela motivados por un fin concreto: conseguir el trabajo mejor remunerado dentro de un marco ético; para ello los progenitores hacen el mejor esfuerzo para ubicar a sus hijos en el establecimiento educativo óptimo con el fin de que, al tener un título de categoría, consigan el mejor empleo posible.

El Estado y las grandes empresas serán luego los lugares naturales para que se ubiquen los futuros profesionales que se graduarán con gran esfuerzo personal, de los padres y del mismo Estado. El Estado, hay que notar, es hoy uno de los grandes aportantes en la educación de estos profesionales al dotar de educación gratuita, libros, infraestructura, etc. Las empresas por su parte sólo colaboran en la educación de los futuros profesionales, tal vez ofreciendo la posibilidad que los estudiantes realicen pasantías en sus empresas como prácticas estudiantiles u, ofreciendo plazas de trabajo a estudiantes no graduados con la obvia limitación del sueldo por la falta del título profesional.

Ahora bien, por un lado las estadísticas y la experiencia nos indican que apenas un 30% de estudiantes obtiene su título profesional, mientras que el 70% de bachilleres se retira luego de haber aprobado unas cuantas materias nada más en el mejor de los casos.

Básicamente son estas personas, que por diversas razones no logran obtener su título de instrucción media o superior, quienes comienzan con más ilusión o desesperación a trabajar como empleados de cualquier empresa, relacionada o no con su rama de estudio. Un grupo de ellos se quedarán como

empleados en rangos medios sin mayor posibilidad de ascender, otros retomarán sus estudios posteriormente y, otros se retirarán, una vez más, de dicha empresa.

Muchos de aquellos rechazados por las diversas instituciones educativas, más de una vez por su falta de aptitud académica, y también rechazados por los ejecutivos de las empresas por su falta de disciplina y entrega, serán los que, obligados por las circunstancias, se lancen al mundo de los pequeños negocios. Casi tres cuartas partes de los microempresarios eran trabajadores asalariados. Así pues, “un 46% de los pequeños empresarios solo tienen educación primaria, 21,1% alguna educación secundaria, 20,9% secundaria completa, y solo un 12% algún grado de educación superior” (Magill & Meyer, 2005, pág. 17).

Obviamente no serán pocos los que dejen las aulas o los empleos en importantes empresas por tener que dedicarse al cuidado de sus hijos y luego probablemente se ven tentados u obligados a iniciar un pequeño negocio. Un 56% son microempresarias que sostienen el hogar.

Están también aquellos jóvenes que, un poco a regañadientes se ven forzados por las circunstancias a continuar con los pequeños negocios de sus padres. Lo hacen en general no de tan buena voluntad pues el deseo natural de los jóvenes y sus padres es superar el status intelectual de sus progenitores. Se unirán también al mundo de los negocios un pequeño grupo (un 3,3%) de personas que al vender o recibir algún capital importante dedican parte de él en implementar un pequeño negocio para entretenerse o complementar el ingreso de la jubilación.

No faltará naturalmente el grupo de expertos en materia económica y administrativa que tratarán de aplicar todo su arsenal intelectual al mundo de la pequeña empresa luego de haber teorizado largos años en las aulas: ellos constituirán un 3% del mundo micro empresarial.

#### **1.2.1.2. Carácter familiar**

En todo caso hay que notar que el 80% de las empresas son familiares, pues a falta de lugares de trabajo bien remunerados lo natural es que los hijos se empleen en la empresa de sus padres.

Quien hace de cabeza familiar asume generalmente el rol de la gerencia de la microempresa. Esto nos recuerda naturalmente al campesino que para cultivar su pequeño lote de tierra recurre a la mano de obra familiar. Él será quien dé las directrices generales cómo, cuándo y qué se va a sembrar, el diseño del regadío y

el cuidado de la planta, las acciones a tomar para controlar las plagas; para la cosecha llamará a sus vecinos, pero estarán sus familiares en primer plano. Es decir esta estructura familiar milenaria de la forma de producción será la que se traslade o se conserve básicamente en la pequeña empresa.

Ahora bien si el campesino de hace siglos disponía de una familia numerosa la misma que podía colaborar en las labores de su pequeña o gran parcela, el actual pequeño empresario cuenta con la típica familia de dos o tres hijos. Por ello, si bien es cierto, los primeros oprimidos a emplearse en las pequeñas empresas seguirán siendo los familiares, cada vez más gente extraña a la familia se integra a la pequeña empresa.

No hay que olvidar por otra parte que, si bien es cierto, los hijos de la familia dueña de un pequeño negocio tendrán la opción de adueñarse de la misma en la ausencia de sus padres (solo el 3,1% heredan el negocio de un familiar), mientras viven y controlan la empresa sus progenitores, no pocas veces ni siquiera obtienen la remuneración básica por su “colaboración” en el negocio y, menos el pago de sus horas extras y demás leyes laborales. Queda abierto el tema además de la colaboración en el negocio por parte de los hijos menores de edad o de su explotación laboral o trabajo infantil prohibido por la ley.

Aquí entra también la aplicación del dicho popular que “por la plata baila el mono”. Se han visto muchos casos de distanciamientos entre los hijos de familia poseedores de un pequeño negocio, por la injusta repartición de las utilidades. Se escuchará más de una vez la queja de uno de los hijos que luego de entregar lo mejor de su vida al negocio de su padre, fue el hijo predilecto el que se llevó siempre la mejor tajada de la empresa. Así pues, las peleas familiares por los réditos de la empresa no son exclusivas de los grandes círculos económicos.

De ahí la importancia de nuestro aporte en el ámbito de la ética para que se revaloricen los beneficios que tiene el carácter familiar del pequeño negocio. Así pues, “la empresa familiar puede tener: ahorro en costos productivos, elevado sentido de compromiso y pertenencia, flexibilidad en la operación, desarrollo de iniciativas, lealtad y reserva en los secretos de los manejos de la empresa, además la tradición familiar suele reflejarse en un profundo grado de penetración en el mercado y cultivo de una clientela leal” (Alarcón, 2000, pág. 92).

### **1.2.1.3. Escasos conocimientos técnico-administrativos**

Se puede anotar que los pequeños negocios familiares, si bien es cierto, no cuentan con títulos universitarios que avalen su actividad, tienen a su haber la

amplia experiencia de años y decenas de años de mantenerse en el mercado. Muchos habrán sido sus desaciertos en el tiempo, pero precisamente a través de ellos han ido perfeccionando sus conocimientos de marketing.

Sin embargo quienes incursionan en el mundo de los pequeños negocios son personas que probablemente nunca soñaron siquiera llegar a llevar esa forma de vida. Por ello, casi la norma es que tienen muy poco conocimiento del área en la que van a laborar. Su desesperación por sobrevivir será en la mayoría de los casos la razón principal que les obligue a idearse mil formas para configurar las estrategias del negocio que los grandes expertos estarán sistematizando en las aulas.

Ahora bien esto no quiere decir que neguemos de ninguna manera el otro impulso fundamental del pequeño empresario, a saber, el impulso creativo propio del ser humano.

El espíritu emprendedor nace con el ser humano y le sobrevive a través de sus obras que quedan como testimonio histórico no solo en monumentos milenarios como las pirámides de Egipto o la “venus” de la arcilla de la cultura Valdivia, sino como presencia viva en todo lo que constituye la civilización de nuestros días. Cada monumento, cada descubrimiento, cada obrar de arte, cada industria grande o pequeña, han sido producto del emprendimiento humano (Alarcón, 2000, pág. 77).

Este espíritu creador será el mismo que mueva e inspire a los otros jóvenes que se quedaron en las aulas continuando con sus estudios, aunque no pocas veces opacado por la ayuda excesiva de sus “papis”. Lo que queremos decir es simplemente que en los jóvenes que se lanzan al mundo de los negocios obligados por la necesidad de sobrevivir, este espíritu emprendedor y creativo florece de una manera espectacular supliendo de algún modo la carencia de instrucción técnico-administrativa de nivel superior. Por ello, no es que la crisis inaugure el espíritu emprendedor del ser humano, sino que ahí se manifiesta plenamente. El viejo adagio lo confirma “lo que la naturaleza no da Salamanca no presta”.

Se puede decir que la historia de la humanidad es la historia de los emprendimientos, unos exitosos otros fallidos, unos lentos otros rápidos, unos brillantes otros opacos, unos contundentes otros paulatinos, unos organizados otros caóticos, unos sorprendidos otros esperados, unos ingeniosos otros de sentido común, unos osados y otros prudentes; emprendimientos de todo tipo, en base a los cuales se despliega la creatividad humana en su infinita diversidad (Alarcón, 2000, pág. 81).

El ser humano está ubicado en la vereda opuesta de la resignación y de la seguridad. “Lo que más vale en el hombre es su capacidad de insatisfacción” (Alarcón, 2000, pág. 83).

El pequeño emprendedor no tiene tiempo para ver las limitaciones que le impone el sistema. No se detiene a analizar si su actitud es parte de una estructura. No puede plantearse la libertad como problema. Poco importa si su desenfadada actitud es fruto de traumas infantiles o pasados. Precisamente el espíritu emprendedor está para ver toda la realidad como un obstáculo a ser superado.

El emprendimiento es un acto liberador, porque ahí el ser humano desarrolla su iniciativa y creatividad de una manera lo más plena posible. No tiene las limitaciones de las aulas ni la supervisión y coordinación del jefe de personal de una empresa. Es como un artista completamente libre al que solo se le da un lienzo blanco y el pincel para que ponga en juego toda su creatividad e invención. En nuestro caso, el pequeño emprendedor se lanza al ruedo dotado tan solo de este ímpetu, por eso sorprende que en no pocos casos literalmente “sin saber leer ni escribir” (como dice el refrán) se mete en grandes empresas.

Por ello el pequeño empresario tradicionalmente es visto como el vendedor del mercado que tuvo que dedicarse a ello porque sus capacidades no le dieron como para poder estudiar. De ahí que, la familia tradicional prefiera que su hijo tenga un título universitario antes que sea un exitoso vendedor de papas.

#### **1.2.1.4. Escasez de fuentes de financiamiento**

Todo pequeño negocio tropieza además con otra gran dificultad a ser superada, a saber, la falta de dinero. Ninguna institución financiera se arriesgaría a darle crédito a un sujeto lleno de ideales e ilusiones pero que no posee ni una buena carretilla para dejarlo como garantía bancaria.

Por ello en general los chulqueros tienen en este vasto campo su fuente natural de lucro. No obstante, al ver el progreso de estos malos ciudadanos y más que todo al notar la capacidad de pago de los acorralados emprendedores, empezaron primero las cooperativas de ahorro y crédito a dirigirse y ofertar crédito a este amplio sector.

Los grandes bancos, sin embargo, siempre mirarán con recelo a este sector pues consideran que si las grandes empresas con los enormes capitales que manejan más de una vez les han quedado mal con las obligaciones

crediticias, no se diga un pequeño negocio. La infinidad de papeles que exige un préstamo como constituyen los estudios técnicos sobre la posibilidad real de recuperar la inversión en el proyecto económico en cuestión es algo que el pequeño empresario no lo hace. Y en el caso de presentar un proyecto es poco creíble pues no posee maquinaria ni bienes muebles que garanticen el posible préstamo.

El dinero para poder invertir es el gran obstáculo de los pequeños negocios, de ahí la razón por la que normalmente la tienda de la esquina permanece igual por largos años antes de convertirse en un pequeño centro comercial. O, lo que es común, nunca logra dar el salto y, se queda por mucho tiempo como pequeño negocio luchando más bien por mantenerse a flote frente al embate arrasador que significa la presencia de las grandes cadenas nacionales o internacionales. Y precisamente que consigan sobrevivir ya es un gran logro de ese espíritu emprendedor del que hablábamos más arriba.

La administración actual, por ello a recapitalizado al Banco de Fomento con el fin de que los pequeños emprendedores presenten sus planes de negocios para financiarlos a un atractivo interés del 5% (Fomento, s.f.). Por otra parte, ha iniciado una fuerte campaña para eliminar a los chulqueros que extorsionaban las pequeñas iniciativas privadas con exorbitantes intereses (Interior, 2013).

#### **1.2.1.5. Adaptación y capacidad de respuesta**

Como el pequeño emprender se hace tal en la mayoría de los casos obligado por las circunstancias y, al irse adentrando en el mundo de los negocios sin mayor planificación ni estrategia, tiene una capacidad extraordinaria de adaptación a las circunstancias (Alarcón, 2000, pág. 9). Así pues, si la autoridad estatal o municipal le impide laborar en un sector, pues bueno, se va con sus productos o servicios a otra parte. Si un producto ya no se vende, ni modo, busca otro producto para vender. Si tal música pasó de moda, trae ritmos más modernos. Si se han inventado productos electrónicos nuevos, él ya los tiene a la venta. Si se entera que se va a realizar un espectáculo tal fin de semana, él ya tiene las entradas para ofrecerlo al público. Si el cliente le solicita que atienda su negocio un día domingo o un feriado, lo hace con el mayor de los gustos. Si por desgracia viene una cadena comercial y le quiebra, ni modo, se ingenia para dedicarse a otro negocio aun cuando esto le signifique empezar de cero.

El costo de esta adaptación obligada a la que está expuesto el pequeño emprendedor aumenta proporcionalmente al capital invertido. Así pues, es fácil para un vendedor ambulante trasladarse de un lugar de ventas a otro, por presión

de la autoridad, cuando su capital invertido no pasa de unas decenas de dólares. Pero si una cadena farmacéutica invade el barrio donde está una pequeña farmacia, es más complicado para el dueño de este pequeño negocio que cuenta con dos o tres ayudantes, unas cuantas refrigeradoras, muchas medicinas con fecha de caducidad próxima, con un contrato de arrendamiento que cumplir so pena de sanciones, trámites burocráticos impositivos, etc.; si no logra ubicarse pronto en otro sector tendrá que asumir pagos por despidos a los ayudantes, multas por incumplir contratos de arrendamiento, infinidad de trámites burocráticos y, pérdidas en los insumos y materiales que los tendrá que vender a precios de remate.

Probablemente esta enorme capacidad de adaptación que tiene la pequeña empresa se debe también a que es el mismo propietario del negocio el que está en contacto diario con el mercado. Es él personalmente quien está día a día viendo cómo se desenvuelve su negocio, pendiente de lo que el cliente solicita. No debe esperar largos informes del área de mercadeo que luego de meses a veces presenta sus resultados a la gerencia y luego a los inversionistas. Y como no estuvo previamente largos años especializándose en tal o cual área del ámbito empresarial, está más dispuesto a desenvolverse en cualquier campo que se le presente.

Parecería no haber circunstancia más apropiada para aplicar aquel poema de Antonio Machado “caminante son tus huellas, el camino y nada más; caminante no hay camino, se hace camino al andar. Al andar se hace el camino, y al volver la vista atrás se ve la senda que nunca se ha de volver a pisar. Caminante no hay camino sino estelas en la mar”. Con tal de sobrevivir el pequeño emprendedor se adaptará a transitar por el camino que el destino o el sistema le dé la oportunidad para sacar a su familia adelante.

#### **1.2.1.6. Baja productividad**

Otra de las características importantes de los pequeños negocios es la baja productividad. Al no disponer de grandes capitales, el costo de producción de lo que elabora o de sus servicios resulta demasiado alto en comparación con la gran industria o empresa (Barrera, s.f.). Así pues, si elaborar un par de zapatos le cuesta al pequeño empresario la cantidad de 10 dólares y 2 días de trabajo. Este mismo producto, la gran industria lo produce en unos cuantos minutos y a la mitad del precio. ¿A qué se debe esto?

La tecnología, adquirida con un gran capital, es la diferencia abismal que separa al pequeño emprendedor de las grandes empresas o industrias. Mientras

el pequeño empresario elabora unas cuantas docenas de zapatos en un pequeño taller con unos 4 ayudantes luego de haber comprado en la esquina unos cuantos metros de cuero, la gran industria trabaja proporcionalmente con pocos empleados en una enorme planta de producción con varias toneladas de cuero adquiridas en el país que presente la mejor oferta y al mejor precio. El pequeño emprendedor vende su producto en el almacén de la esquina o la plaza el día de feria, mientras el gran empresario atiende miles de pedidos en todo el mundo. El uno compra materiales, elabora el producto y lo comercializa, todo en la casa del barrio, mientras el otro adquiere los mejores materiales en el país o en la empresa que le presente las mejores ofertas, elabora cada parte del producto final en el país que le signifique la menor inversión y lo vende en todo el mundo. Mientras el uno entra a su almacén y al ver que ya se le terminaron los zapatos rojos planifica su elaboración para rellenar el estante, el otro analiza el resultado de una larga investigación a nivel mundial que le ha presentado su equipo de marketing.

Esto significa en buen romance que las ganancias del pequeño emprendedor van a ser infinitamente pequeñas en relación a la gran empresa del mundo globalizado en el que vivimos. Por ello, sin restar importancia al verdadero espíritu creativo que guía y mueve a la pequeña empresa, ésta siempre se moverá al límite de la estrategia de supervivencia.

#### **1.2.1.7. Jugando al límite de la legalidad**

Debido a la descomunal diferencia entre la gran empresa y el pequeño negocio, generalmente los pequeños emprendedores no se ven a sí mismos como empresarios y, tampoco ven a su negocio como una empresa. Sin embargo, el Estado, en su afán de recaudar impuestos y velar por el bienestar de toda la sociedad, no hace mayor distinción entre pequeña y gran empresa. Así por ejemplo, el salario básico exige que sea cancelado tanto por el grande como por el pequeño empresario. Para el primero no es problema, pero para el pequeño emprendedor es otro gran obstáculo a ser superado pues sus ingresos son escasos. Y aquí se plantea ya un gran problema ético, que lo analizaremos en los próximos capítulos, pues el empleado merece un salario digno indistintamente si trabaja en un pequeño negocio o en una gran multinacional (Alarcón, 2000, pág. 95).

De la misma manera el Instituto de Seguridad Social exige la afiliación de los empleados tanto de las grandes multinacionales como de los pequeños negocios. La parte proporcional de este pago que le toca al empleador tiene que asumirlo también el pequeño emprendedor. A esto se suma un sueldo extra anual por concepto de los fondos de reserva que también tiene que tomar en cuenta.

Igualmente el servicio de rentas internas exige que tanto la pequeña como la empresa tengan su respectivo RUC para que puedan cobrar al cliente el impuesto al valor agregado (IVA) en cada venta realizada o servicio prestado. Y con ello debe también cancelar la parte proporcional a las ventas realizadas como parte de sus ganancias anuales mediante el impuesto a la renta.

A su vez el Municipio ve también a la pequeña empresa como una actividad que le corresponde controlar y, luego de un enredado trámite burocrático, obtiene recursos por concepto de permiso de funcionamiento y patente para que pueda laborar el pequeño emprendedor.

El Ministerio de Salud por su parte exige las normas de higiene respectivas para otorgarle el permiso de funcionamiento. Los bomberos también solicitan cumplir las respectivas normas de seguridad para otorgar el permiso de funcionamiento.

Todas estas exigencias que no sólo implican dinero sino engorrosos trámites burocráticos, son realizadas por los respectivos abogados de las grandes empresas. Sin embargo el pequeño emprendedor tiene que destinar parte de sus posibles ganancias a pagar esta serie de impuestos y, lo que es más tedioso, dejando de trabajar, ir personalmente a pasar horas y horas de oficina en oficina hasta conseguir cumplir con todas las obligaciones y obtener los respectivos permisos de funcionamiento. De la misma manera, lo que las grandes empresas contables hacen en la gran industria, el pequeño empresario tiene que sacar tiempo para revisando factura por factura hacer su contabilidad para luego ir a cancelar los impuestos.

Esto hace que muchas pequeñas empresas, por no decir la mayoría, empiecen a laborar de forma ilegal, es decir, sin los respectivos permisos. Y concomitantemente tampoco sus ayudantes son siempre pagados de acuerdo a la ley. Así, en el 2005 solo el 15% tenían RUC y seguro social y un 20% tenían registros financieros formales (Magill & Meyer, 2005, pág. xvi).

De ahí que tradicionalmente los pequeños negocios han estado catalogados como actividades informales que actúan al margen de la ley. Muchos gobiernos se han hecho de la vista gorda considerando que son grandes ayudas al Estado pues el dueño ya es un desempleado menos y además da trabajo a unos cuantos familiares y ciudadanos más; esto multiplicado por las miles de pequeñas empresas suman una gran parte de la población que consigue trabajo de esta forma.

Para evitar cumplir con todas las normas o aliviar al menos este enorme peso impositivo muchos pequeños negocios han formado cooperativas para

juntos reclamar y obtener unas cuantas ventajas del gobierno. Este por su parte, a quienes tienen bajas ventas les evita al menos el pago del IVA y sólo les cobra un impuesto mensual básico a través del RISE (SRI, Régimen Impositivo Simplificado, 2013). No así el Municipio, el IESS y demás órganos gubernamentales que están a la caza de estos informales que incumplen la ley para clausurarles de ser el caso hasta que cumplan con todas las imposiciones cual grandes empresas.

### **1.2.3. EL ROL DE LA MICROEMPRESA EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA**

Las pequeñas unidades económicas que ofrecen sus bienes y servicios han estado presentes a lo largo y ancho de todas las sociedades. En el Ecuador cuenta la historia que “en 1689 don Antonio Juárez de Herrera logró instalar una venta de confites debajo de la casa del cabildo, negocio que heredó su mujer Luciana esperanza Díaz, quien podría ser llamada la patrona de las cajoneras” (Gonzales Suarez, 1970, pág. 394). Cajoneras se les decía a todos aquellos que sacaban a vender sus productos en cajones portátiles.

Y ya en 1755 se cita a doña Margarita Álava como una de las primeras mujeres dedicadas al comercio de la leche, quesos y mantequilla (Estrada, 1984, pág. 19).

Luego con el crecimiento de la población en las ciudades, igualmente los pequeños negocios tendrán su considerable auge. Pero será a partir de la era petrolera, y su consiguiente agresivo endeudamiento externo con criterios desarrollistas en donde los pequeños negocios empezaran a florecer. Una incipiente red vial y eléctrica ayudarán a que los negocios empiecen a modernizarse. Se empiezan a ver en los talleres maquinarias eléctricas para la elaboración de las prendas de vestir y el calzado; en los restaurants ingresan las refrigeradoras, así como las fotocopiadoras en los bazares; en las salas de belleza las secadoras eléctricas; en los talleres de cerrajería los esmeriles, tornos y soldadoras; en las carpinterías las sierras y lijadoras. Además los cilindros de gas empiezan a sustituir a los reverberos y cocinas a leña en los restaurants (Alarcón, 2000, pág. 65).

Poco a poco entonces las pequeñas empresas también fueron modernizándose. Las largas jornadas para abrillantar manualmente los muebles fueron remplazadas por tiempos más cortos gracias a los sopletes y abrillantadoras eléctricas. Licuadoras, refrigeradoras y cocinas a gas vendrán a ser una invaluable ayuda en los restaurants. Luego el ingreso de la telefonía celular será también de inmensa ayuda para que el pequeño empresario solicite material de trabajo a los proveedores y con ello invierta mejor su tiempo. Ni

hablemos del internet que se ha convertido en una herramienta fundamental no solo para cumplir sus obligaciones tributarias y laborales sino también para ampliar y suplir sus carencias de conocimientos técnicos en el área de su pequeño negocio; además el internet no solo facilita la búsqueda de proveedores, sino que se va transformando cada día en el lugar mismo en donde se realizan una infinidad de negocios pequeños. Se puede decir entonces que irán cambiando cada día las herramientas más no la naturaleza emprendedora del ser humano. (Alarcón, 2000, pág. 68).

A esto se añade que las estrategias de las grandes empresas proveedoras de bienes y servicios ha dado un giro radical. Antes, al pequeño empresario no le daban ninguna importancia comercial y éste se veía obligado a recurrir siempre a intermediarios que encarecían sus productos. En la actualidad tiene a su haber miles de ofertas a través del internet o mediante visitas personales de distribuidores de las grandes empresas que le ofrecen sus productos incluso con posibilidades de financiamiento. La gran tajada de la torta se llevará siempre las grandes empresas, sin embargo está entonces en la actualidad el pequeño empresario con muchas más posibilidades de desarrollar su capacidad de ingenio y emprendimiento.

Con todos estos avances el emprendimiento de los ecuatorianos que se expresaba ya en las cajoneras allá en 1689, llegará en la actualidad a ser el motor que impulse al 65,9% de la población económicamente activa, esto es más de dos millones de pequeños empresarios (según el Observatorio de la Pyme de la Universidad Andina Simón Bolívar) (Comercio, Las Microempresas están en alerta, 2011) que darán trabajo al 25% de la mano de obra urbana del país que, representa el 25,7% del producto interno bruto y el 10% de los ingresos netos totales (Magill & Meyer, 2005, pág. xv).

Básicamente las microempresas en el país están concentradas en el sector del comercio con un 55,2%, un 27,7% al sector de servicios y solo un 19,2% al sector de la producción. Este último está en un franco ascenso gracias a las políticas arancelarias del control de ingresos de productos elaborados en el exterior. Del sector comercial, el 60% está dedicado al área de comida, bebidas y vestuario. Del sector de servicios el 73,4% está concentrado en restaurant, taxis, talleres automovilísticos, salones de belleza y panaderías. Y en el sector de la producción, más de la mitad de las microempresas están dedicadas al área de las prendas de vestir, mobiliarios y bebidas no alcohólicas (Magill & Meyer, 2005, págs. xv-xvi).

La microempresa promedio vende alrededor de 1000 dólares mensuales lo que le genera al menos un sueldo básico de ganancia, sin embargo la mayoría tiene esperanza de incrementar sus ventas y deja solo como última opción volver

a tener un empleo fijo remunerado porque considera a su negocio como un campo libre en donde realizar sus ilusiones.

El 39% de los microempresarios ve la libertad de acción como la razón de haber ingresado al mundo de los negocios, y el 40% lo hace como una oportunidad de ganar más. Esto, a pesar de que la mayoría de microempresarios están operando en nichos de mercado muy limitados y altamente competitivos por lo que su potencial real para el crecimiento en las ventas y el ingreso es limitado. El 95% tiene como cliente al público en general. Un porcentaje muy limitado atiende a otras empresas más grandes o directamente al Estado a través de las ventas públicas. No obstante, la microempresa es claramente una opción de fuente de trabajo por lo menos para una o dos personas en el peor de los casos. Así “el 70% vive exclusivamente de su negocio y un porcentaje similar trabaja solo con su familia. El 30% restante da trabajo hasta 10 personas que es número máximo de ayudantes que hemos puesto como tope para catalogar a una pequeña empresa como tal, aunque solo tiene 2 empleados el 20%. Más de un millón de personas son empleadas por la microempresa en todo caso. El 33.5% de la población tiene al menos un familiar con una microempresa” (Magill & Meyer, 2005, págs. 20-31).

Y lo más probable es que estos datos sean aún más grandes, pues de la conversación con varios microempresarios se deduce que la mayoría no responde con la verdad a las encuestas realizadas por instituciones pues suponen automáticamente que les pueden aplicar más impuestos. Al mismo tiempo se da la paradoja que para solicitar un crédito bancario éste debe exagerar sus ingresos sin mayor éxito de credibilidad.

### **1.3. CAUSAS DE LAS FRECUENTES QUIEBRAS DE LA MICROEMPRESA**

Solo un 18,7% de las microempresas tienen más de 15 años de vida, y un 9,9% de 10 a 15 años. Esto significa que luego de la crisis hubo un florecimiento de las empresas por un lado, pues era mejor invertir en un negocio antes que arriesgarse a tener dinero en el banco por un lado, además, mucha gente se quedó sin trabajo y se vio obligada a emprender un negocio. Pero significa además que son miles y miles de empresas pequeñas que no duran mucho tiempo y tienen que verse obligadas a cerrar sus puertas. (Magill & Meyer, 2005, pág. 24).

Es algo similar a los miles de puestos de trabajo que ofertan los anuncios del comercio. Uno pensaría que en el país hay una sobreoferta de puestos de trabajo, pero no es así. Simplemente las empresas cada día botan miles y miles

de empleados que solo estaban a prueba y, claro, anuncian que necesitan nuevo personal.

De la misma manera, cada día inician labores miles de empresas, pero... no serán muchas las que sobrevivan. El 20,5% de los pequeños empresarios tenían anteriormente otro negocio. Analicemos unas tres razones importantes solamente.

### **1.3.1. APERTURA CIEGA A TRATADOS DE LIBRE COMERCIO**

Hay que notar que las transnacionales atraviesan las fronteras patrias con o sin Tratados de Libre Comercio, así vemos que en nuestro país están presentes McDonald's, KFC, Marathon, etc. Estas cadenas al presentarse como símbolos palpables del primer mundo en cuanto a tecnología y calidad se constituirán en un monstruo casi invencible para los pequeños negocios que ofertan similares productos y servicios.

Sin embargo los pequeños negocios de comida y vestido están ahí. Se las han ingeniado para sobrevivir. En la Av. Patria vemos por ejemplo como subsisten ya varios años los vendedores de salchipapas y sánduches a pesar de que tienen dos monstruos de comida rápida internacional a pocos metros. No vamos a comparar ni de broma las ganancias de cada uno, pero el hecho es que estuvieron ahí antes que lleguen estas cadenas internacionales y hoy se mantienen ya varios años.

Quien sí se afecta con los tratados de libre comercio es el pequeño empresario productor pues, como ejemplificamos más arriba, si elaborar un zapato le cuesta 20 dólares y si entra el mismo zapato chino a 10 dólares, es obvio que su pequeña empresa va a quebrar. Comentamos ya que en la administración actual, al frenar mediante aranceles el ingreso indiscriminado de productos extranjeros elaborados volvió a renacer el sector del calzado (Correa, Decreto ejecutivo 367, 2010). Esto por citar un ejemplo y eso que en las administraciones anteriores sólo se trataba de una apertura a los mercados internacionales pues aún no se firmaba ningún TLC.

La situación económica de gran parte del país que produce en su parcela unos cuantos quintales de papas, o unas cuantas docenas de zapatos se vería terriblemente afectada con el libre ingreso de productos elaborados del exterior. Es obvio que el gobierno vela por esa inmensa mayoría y se opone a los TLC, siguiendo paradójicamente la misma política que los líderes de los TLC (EEUU) que subsidian enormemente su agricultura por ejemplo para ahí si pedir a los

otros que quiten sus subsidios y abran sus mercados para entrar ellos libremente con ventaja. (Contrainjerencia, 2013). Queda para los economistas esta interesante discusión y que analicen si a largo plazo conviene más el boboaperturismo o el aislacionismo a ultranza o, en todo caso, un proteccionismo razonable.

Aquí sólo nos limitamos a citar la misma historia de los capitalismos desarrollados, que sólo comenzaron a aplicar esa política (si bien con numerosas reservas) una vez que su situación en los mercados mundiales los hacía muchísimo más competitivos que los demás. Como recordaba Eduardo Galeano, la fundamentación teórica real de la división del trabajo y las ventajas competitivas de los distintos países era que unos países se especializarían en ganar, mientras que otros, la mayoría del Tercer Mundo, se especializarían en perder. Lo cierto es que el proteccionismo inicia en 1721 en Inglaterra con el primer ministro Robert Wualpole y es secundado por el secretario del tesoro de EEUU, Alexander Hamilton y ratificada por el presidente Grant en 1868 (cuya efigie consta en los billetes de 50 dólares) quien ante las presiones que ejercía Inglaterra en favor del libre comercio respondió que “dentro de 200 años, cuando América haya obtenido del proteccionismo todo lo que pueda ofrecer, también adoptara el libre comercio” (Correa, Ecuador: de banana republic a la no república, 2011, pág. 19). Y EEUU será llamada la madre del proteccionismo moderno por Bairoch pues en 1925 llegó incluso a ubicar en un 45% el arancel a los bienes manufacturados (Correa, Ecuador: de banana republic a la no república, 2011, pág. 159).

Si bien el reporte anual del BID en 1997 afirma que la reforma comercial conduce a una redistribución del ingreso favorable a los pobres pues baja los precios de los productos de consumo popular y reduce los beneficios que los productos nacionales obtienen del proteccionismo. Sin embargo, la CEPAL demuestra que la desigualdad entre países y al interior de los países aumentó. El PIB de América Latina paso del 28% en 1973 al 22,2% en 1998, mientras que el 83% de la población la desigualdad se había incrementado (CEPAL, 2002) (Correa, Ecuador: de banana republic a la no república, 2011, pág. 157).

Y en nuestro país en los años 80 se demostró que si bien las exportaciones industriales por primera y única vez superaron incluso a las exportaciones primarias no petroleras pasando de 29 a 490 millones de dólares, el desbalance comercial industrial pasó de 181 a 1318 millones en un periodo precisamente donde el Estado planificaba el intento de sustituirlas importaciones. No se diga en un ambiente de aperturismo irracional en donde los países tercermundistas volverán a ser reducidos a meros exportadores de materias primas con el agravante de que, a excepción del petróleo, las materias primas de bienes manufacturados cuestan cada vez menos; así, “si en 1980 4 kilos de café compraban una navaja suiza, en el 2010 se necesitaban 10 kilos y medio para

adquirir el mismo producto” (Correa, Ecuador: de banana republic a la no república, 2011, pág. 154), considerando además que los grandes productores mundiales, al ser dueños de los grandes capitales, cada día abaratan los costos de producción al introducir nuevas tecnologías e incrementar exponencialmente sus mercados. No obstante, sus detractores, siempre argumentarán que la, antes inalcanzable, tecnología (como un computador, hoy de uso diario) se abarata cada día, precisamente porque sus diseñadores tienen la opción de venderlo no sólo en el país en donde lo producen, sino en todo el mundo globalizado y, hoy hasta los más acérrimos opositores al aperturismo tienen la opción de adquirir “aquel nefasto producto capitalista” debido a su bajo costo. Su adquisición a precios accesibles sería imposible si todos los países se hubiesen cerrado a que dicho invento ingrese a sus consumidores connacionales (Rodríguez, 2010).

Los grandes economistas y los gobiernos de turno serán quienes diseñen las políticas de cada país, el micro emprendedor simplemente tendrá que aplicar su capacidad de adaptación para desarrollar su ingenio como medio de supervivencia. Así pues, en Ecuador, sin tratados de libre comercio tendrá que desarrollar sus capacidades y, en Perú o Chile, con TLC, igual tendrá que adaptarse para sobrevivir. Sin embargo queda claro que el pequeño empresario productor verá disminuida ostensiblemente su capacidad de elaborar productos a pequeña escala con el ingreso indiscriminado de productos extranjeros a menor precio y superior calidad.

### **1.3.2. FALTA DE CAPITAL Y ASESORAMIENTO**

La falta de capital es considerada por 36,7% de los pequeños empresarios como su problema fundamental y solo el 1,8% considera como su mayor déficit la falta de asesoramiento y asistencia técnica (Magill & Meyer, 2005, pág. 76). Mientras la mayoría ve la competencia de sus vecinos microempresarios como el problema fundamental.

Podría considerarse entonces que pocos son los microempresarios ecuatorianos con elevados sueños de superación. La gran mayoría se conforma con avanzar muy despacio o no se arriesga a invertir demasiado capital en su pequeña empresa, de ahí que no ven la necesidad de realizar un crédito grande. Puede ser que los pocos que se arriesgan son precisamente los que despegan.

O tal vez la mayoría desconfía que el sistema bancario les vaya a otorgar un crédito y por ello más bien ni siquiera está en su plan económico inmediato el arriesgarse a realizar una futura importante reinversión en su negocio. No obstante, hoy, más de un programa beneficia a la empresa que quiera reinvertir

sus ganancias en el país con un sinnúmero de incentivos como rebajas en el pago de impuestos, etc. (Guayaquil, 2011) .

Será precisamente esta ceguera de percatarse su necesidad de asesoramiento la que a la larga le perjudique al microempresario. Otros por su parte, al estar mejor asesorados o al tener mejor desarrollada esa ansia de emprendimiento verán que la mayor inversión en su negocio es la mejor arma para su supervivencia.

Por ello quien no invierta está condenado a desaparecer pues la competencia no tiene compasión y lo arrasa. Se darán casos no obstante de microempresarios que, a pesar de invertir, igual van a fracasar, por invertir mal debido a un mal asesoramiento. En estos casos se ven cuadros duros de microempresario a los que los intereses bancarios o chulqueros prácticamente los dejan en la calle al perder no solo el negocio sino hasta la vivienda, el auto, etc. Estos tétricos ejemplos que circulan entre los microempresarios son los que desaniman a más de uno a lanzarse en busca de un crédito para una gran inversión. De ahí que el 36% tiene miedo de endeudarse (Magill & Meyer, 2005, pág. 75). Y terminan viendo como algo natural que las grandes empresas al ser poseedoras del gran capital sean las llamadas a realizar las gigantes inversiones en sus negocios.

En todo caso, de los que se arriesgan a invertir apenas un 5% lo hace acudiendo al sistema financiero, un 11% utiliza sus ahorros y un 53,9% recurre a sus familiares y amigos Mientras que del porcentaje que acude al sistema financiero, un 32% visita las cooperativas, un 20% a los bancos privados, un 22% a fundaciones (con clara tendencia a la baja), y un 12% a los bancos públicos, actualmente con una amplia tendencia al alza. (Magill & Meyer, 2005, pág. 79).

### **1.3.3. COMPETENCIA DESLEAL**

El 63,8% de los microempresarios considera a la competencia como uno de los problemas más importantes dentro de su quehacer económico. Es curioso que prácticamente el porcentaje duplica a la preocupación por la falta de capital y asesoramiento. Esto probablemente se da pues, como los microempresarios empiezan sin ningún estudio de mercado ni nada por el estilo. Normalmente todos empiezan poniendo el mismo negocio que ven que está produciendo buenos réditos y a pocos metros del primer emprendedor. Es decir que si a alguien se le ocurrió poner un negocio de venta de piedras y tiene compradores, más que seguro que a la semana habrá junto a él y a pocos metros otro vendedor de piedras que ofrecerá el mismo producto y a mejor precio.

Esto se da en todas las áreas del quehacer microeconómico. “Así pues quien logre el mayor éxito siempre será quien acierte con el novedoso producto o servicio y aproveche los primeros periodos de venta antes que aparezca el que le copie la idea y oferte sus servicios a mejor precio”. (Smith, 1978, pág. 15).

Luego, una vez que la competencia haya saturado el mercado, sobrevivirá aquel que se mantenga estoicamente a pesar de las bajas ganancias hasta que los más débiles en aguante se retiren. Es triste confirmar las leyes de Darwin también en estas áreas.

Otra forma de hacer frente a la competencia es mejorar la calidad del servicio y del producto. Nuevamente el autor citado confirmará el retiro de los más débiles también en calidad y servicio. De esta forma, quien carezca de inventiva e iniciativa, para con el mínimo capital generar las más ocurrentes ideas para reflotar su negocio, lamentablemente tendrá que retirarse.

Obviamente tenemos que volver a referirnos a la competencia desleal que constituyen por naturaleza las grandes cadenas nacionales e internacionales. Si el pobre microempresario, por ejemplo, compra una flash memory a 7 dólares para venderlo a 8, qué puede hacer si la gran cadena al comprar un millón de flash consigue un precio de 4 dólares y las puede vender a 6 dólares. No solo que gana el doble en cada flash, sino que al vender un millón de esos artículos, prácticamente gana lo que el microempresario no logrará ver ni en toda su vida. Así de fría y cruel es la ley del mercado, la ley del más fuerte. Sin embargo, el pequeño empresario sobrevive, probablemente dibujando una sonrisa que atraiga al comprador y oculte su penosa realidad.

No obstante hay que recalcar que la competencia de la que se queja el pequeño emprendedor no es precisamente la gran cadena internacional, pues contra ella, prácticamente no hay nada que hacer. Fijémonos sino en nuestro país que, sin TLC están presentes las grandes cadenas de McDonald solo por citar un ejemplo. Parece planteado ya de antemano el campo en el que tiene que jugar el pequeño empresario. Ellas están ahí, y no sólo eso, sino que siguen en aumento. Prácticamente el Supermaxi y Comandato duplicaron sus ventas en los últimos 6 años al pasar de 700 millones y 87 millones respectivamente al doble de esas ventas (School, 2009).

Entonces es más bien a sus vecinos microempresarios a quien ve el pequeño emprendedor como a sus más odiados rivales, pues son ellos, que por su igual afán de sobrevivir, quienes le arruinan el negocio al bajar aún más sus exiguas ganancias. Vanos han sido los intentos de asociarse realizados por ejemplo por los fotocopiadores de la Universidad Central que, después de largos intentos de unificar precios para no seguirse destrozando entre ellos, terminan

rompiendo los acuerdos a los que habían llegado luego de largas horas de mutuos acusamientos. No falta alguien que probablemente por estar lejos del mejor sector comercial, empieza a ofrecer mejores precios para compensar su falta de clientela. Esta “estrategia” luego es copiada por el vecino y se vuelve así al escenario del que precisamente se quería escapar. En ese fallido intento estaban además los pequeños negocios que por su capital y tecnología duplicaban prácticamente a los otros socios más pequeños; éstos por tanto estaban en la capacidad de ofertar mejores precios pues su tecnología así lo permitía, y además, éstos inclusive manteniendo el precio pactado en la asociación, es obvio que iban a vender infinitamente más que los socios más pequeños por tener más y mejor maquinaria.

Esta desleal competencia será entonces la que obligue a quebrar a quienes no logren compensar su “alto precio” y bajas ventas con un mejor servicio, mejor atención al cliente, o mejor calidad de sus productos y servicios. Un reto enorme nos espera por tanto, al tratar de pedir ética al microempresario que vive a diario esta encrucijada de comportamientos aparentemente anti-éticos de sus colegas empresarios que bajan sus precios a niveles prácticamente insostenibles para él. Lo más probable es que el pequeño emprendedor va a mirar a la ética como una herramienta que le obligan a que use él mientras su competencia le barre con comportamientos según él, apartados de una ética empresarial.

A esto se añade la idiosincrasia del comprador ecuatoriano que, ni de broma se atreverá a solicitar un descuento o un plazo prudencial para pagar la compra en el gran centro comercial, pero regatea y regatea e insiste pagar la mitad de lo que solicita el microempresario por su producto o servicio y, para completar el cuadro, no pocas veces pide crédito, el mismo que, para colmo, termina sin cancelarlo; sino visite cualquier negocio pequeño y confirme el infaltable cuaderno de deudas incobrables que agobian al pequeño emprendedor.

Esta batalla por la supervivencia del pequeño empresario no inmuta en absoluto al consumidor que, lo único que le interesa es adquirir un producto de mejor calidad y al precio más bajo. Tal será la conciencia patria que a alguien se le ocurra adquirir un producto de menor calidad y a un alto costo en un micro negocio, pudiendo caminar unos metros o conducir su vehículo a un seguro parqueadero para adquirir un producto o servicio de mejor calidad y con la respectiva garantía en tecnología o seguridad salubre de ser el caso en una gran centro comercial. Suena extraño también que un cliente, en nombre de la ética, pague un extra por el servicio o producto recibido para que con ello el microempresario pueda vivir más dignamente o pague sueldos dignos a sus colaboradores. Poco le importa al cliente si el pequeño vendedor y su familia viven en la miseria; lo único que buscará siempre será un buen servicio al costo más bajo posible. Es común más bien escuchar entre los pequeños vendedores

que precisamente los que más tienen son los que más regatean por los servicios prestados. Por ello, al microempresario no le queda otra salida que crecer en tecnología y calidad si quiere mantenerse a flote en el competitivo mundo actual.

## **CAPÍTULO II**

### **CONCEPTOS SOBRE ÉTICA EN GENERAL**

#### **2.1. CONCEPCIONES BÁSICAS SOBRE ÉTICA**

Partiendo de la más elemental consulta al diccionario, vemos que la ética es una rama de la filosofía que se ocupa del estudio racional de la moral, la virtud, el deber, la felicidad y el buen vivir. Proviene del griego “*éthos*” que significa carácter o modo de ser y, no del griego “*ethos*” o del latín “*mos, moris*” que significa costumbre y de donde nace más bien la palabra moral. La ética estudia qué es lo moral, cómo se justifica racionalmente un sistema moral y su posterior aplicación a nivel individual y social. La ética es un saber para actuar de un modo racional (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 17). Una sentencia ética, juicio moral o declaración normativa es una afirmación que contendrá términos como bueno o malo, correcto o incorrecto, obligatorio, permitido, etc., referidos a una acción, decisión o intención de quien actúa o decide algo. Cuando se emplean sentencias éticas se está valorando moralmente a personas, situaciones, cosas o acciones (Wikipedia, 2013).

Entonces, la ética tiene como objeto los actos que el ser humano realiza de modo consiente y libre. No se limita a ver cómo se realizan esos actos, sino que busca emitir un juicio sobre estos, que permite determinar si un acto ha sido éticamente bueno o éticamente malo. Para ello estudiará junto con las otras ciencias sociales los posibles principios universales o investigará las condiciones culturales que contribuyen a la formación de tales principios que le permitirán normar la conducta humana. Reconociendo que en la vida concreta, y solo en contadas ocasiones una reflexión explícitamente argumentada dirige el obrar, siendo más bien las preferencias, las tradiciones, los modelos que inspiran confianza o las instituciones fácticas quienes mueven la acción humana. (Cortina, *Ética Mínima*, 1996, pág. 31).

A lo largo de la historia se han presentado muchas corrientes en el ámbito de la ética que, si tratáramos de analizar cada una de ellas, serían necesarios varios tratados para argumentar las defensas y objeciones de cada autor o corriente. Citemos en todo caso a unos cuantos, por ejemplo Bentham quien sostiene la moralidad de una acción tan solo por sus consecuencias, así más bueno es aquel que genere la mayor cantidad de felicidad y libertad; de aquí se

derivan el utilitarismo según el cual la mejor acción es la que produce las mejores consecuencias para la mayor cantidad de personas, el altruismo moral que se sacrifica por el bienestar de los demás y el egoísmo moral que solo vela por sus beneficios. Está Kant por su parte para quien hay acciones que deben ser realizadas y otras evitadas más allá de las consecuencias positivas o negativas que puedan traer. Así por ejemplo, si para el utilitarismo hay que ayudar a los necesitados porque eso aumenta el bienestar general, y para Kant o la deontología hay que hacerlo porque es nuestro deber, Platón nos inculcará a realizar esta loable acción porque eso demostraría que somos unas personas virtuosas. (Wikipedia, 2013).

En todo caso, toda ética parte de un presupuesto fundamental, la no aceptación del determinismo. Esto significa que por más que el hombre esté influenciado por su constitución genética o por su tradición cultural, en última instancia tiene la opción de decir sí o no a una determinada forma de actuar, puede elegir una forma de vida u otra y, por tanto, es responsable de su accionar. El hombre tiene libertad que, no es una filosofía y ni si quiera una idea: es un movimiento de la conciencia que nos lleva, en ciertos momentos, a pronunciar dos monosílabos: sí o no. La vida del hombre no puede ser vivida repitiendo los patrones de su especie; es él mismo quien debe vivir. Es el único que puede sentirse disgustado, fastidiado y expulsado del paraíso. (Savater, 2000, págs. 19-32).

En todo caso, en el presente trabajo nos vamos a concentrar más bien en la ética aplicada que se ocupa de estudiar cuestiones morales concretas y controversiales y, según el caso, se dividen en las siguientes sub disciplinas: bioética, deontología profesional, ética médica, ética de los negocios, ética de la ingeniería, ética ambiental, ética militar, ética económica, etc.

### **2.1.1. ÉTICA EMPRESARIAL**

Haciendo un poco de historia se puede decir que:

La ética en los negocios se remonta en el tiempo tanto como la ética y los negocios mismos. Ya Aristóteles en la *Ética a Nicómaco* (V, 5) mencionaba la justicia como el intercambio de iguales por iguales y en la *Política* (i 8-10) trataba el arte de las adquisiciones el comercio y la usura como parte de la ética en el hogar. Más tarde John Locke desarrollará una defensa de la propiedad privada como un derecho natural basado en el esfuerzo de alguien por conservar el bien en cuestión. El mismo Adam Smith antes de escribir *La Riqueza de las naciones* comentó sobre la falta de ética en los hombres de negocios que operaban en su tiempo. Stuart

Mill escribió sobre la ética existente en desarrollar un sistema económico empresarial libre. Pero será Karl Marx quien elaborará el más furibundo ataque a la época que denominó capitalismo caracterizándolo como el tiempo en donde se desarrollaron al máximo tanto la productividad humana como las desigualdades sociales pues; sólo unos pocos se llevan la mayor parte de los beneficios. Pero el grito mundial en favor de una ética en los negocios empezará luego de la segunda guerra mundial cuando los negocios americanos (particularmente los negocios petroleros), al no haber sufrido devastación importante alguna, empiecen a crecer de forma vertiginosa y de una manera no tan ética que digamos. Así, surgieron con fuerza los grupos ecologistas que demandaban respeto ante la devastación de la naturaleza y los grupos sociales que exigirán respeto a las naciones explotadas dueñas de los recursos naturales (De George, 2006).

Los medios de comunicación, desde entonces, empiezan a tener un papel fundamental en la configuración de una ética empresarial pues, por un lado, se ven obligados a reportar como noticia las protestas sociales por los excesos de las compañías transnacionales (petroleras especialmente) y, por otro lado, no faltan a diario las noticias de los escándalos por corrupción que involucran a los altos mandos empresariales. Actos, unos en contra de la moral en la vida privada de los empresarios, otros por evasión tributaria o infracción a las particulares normas estatales ocasionadas por el alejamiento de la ética de los propietarios o ejecutivos de las grandes empresas. (Moreno, 2008).

Por otro lado, otra de las vertientes importantes de la ética de los negocios es la religión sea esta judeocristiana, islámica, budista, hinduista, confusionista, dependiendo de la región donde cada una de ellas sea dominante. Esto pues muchos empresarios viven sus vidas empresariales guiados por sus creencias morales religiosas, y muchos de los afectados por las prácticas empresariales las evalúan desde la misma perspectiva.

En la tradición cristiana protestante, que ha sustentado de alguna manera el capitalismo norteamericano, el calvinismo desarrolló la doctrina del trabajo duro como una vocación y un medio para alcanzar el éxito. Y precisamente el éxito económico será presentado como el signo palpable de la salvación y predestinación de una persona. Esa tradición se compagina y/o fundamenta la creencia norteamericana del trabajo duro como el único camino hacia el éxito (De George, 2006). Esto tal vez en contraposición con la creencia de las familias campesinas latinoamericanas de los siglos anteriores en donde la pobreza y la sencillez estaban entre las virtudes más loables.

Así surge entonces la ética empresarial como una rama de la ética aplicada que se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios como la gestión empresarial, la organización de una corporación, las conductas en el mercado, las decisiones

comerciales. Se distingue, por un lado, de las ciencias empresariales puramente descriptivas como la econometría o la historia económica; se diferencia, por otro lado, de saberes con pretensiones normativas pero no de naturaleza moral como la economía política o la contabilidad. La ética empresarial como disciplina académica suele abarcar uno o más de los siguientes temas: el estudio de los principios morales aplicables a la vida económica y empresarial; el estudio y crítica de los valores efectivamente dominantes en el ámbito económico en general y en cada una de las organizaciones, el análisis de casos reales que ejemplifican la responsabilidad de las organizaciones y de sus diversos constituyentes; el desarrollo de cuerpos normativos voluntarios o procedimientos estandarizados de gestión basados en principios y valores éticos; el seguimiento y descripción de la importación de estos códigos y procedimientos a organizaciones concretas, así como la observación de sus efectos en las propias organizaciones y su entorno. También se ocupa con frecuencia la ética empresarial del estudio de las virtudes personales que han de estar presente en el mundo de los negocios. Se trata de mostrar que tales virtudes forman parte de la correcta comprensión de lo que es una buena vida para un directivo, para el grupo de personas que forman una organización o para la sociedad más amplia en que la organización misma se integra. (De George, 2006).

Cuando se habla de institucionalización de la ética empresarial nos referimos a los mecanismos objetivos (códigos, documentos formales, programas de formación, comités específicos, asesorías, procedimientos documentados de decisión, sistemas de gestión, etc.) mediante los que se trata de hacer efectivos los valores o principios éticos de una organización. La ética empresarial es una ética más bien de las organizaciones y por ello ha de adquirir un nivel de formalidad innecesario en la ética individual (Francés Pedro & Velajos, 2003).

Mientras la ética individual apela a la conciencia o a la razón de cada persona, la ética de las organizaciones ha de apelar al equivalente organizativo, que son procesos que determinan las decisiones y comportamientos de las organizaciones

Sin embargo, la ética individual y la ética organizacional no pueden separarse tajantemente porque al fin y al cabo, quienes realizan las tareas en las organizaciones son personas concretas con su ética privada y sus convicciones personales sobre lo que se debe hacer en cada momento. Más aun en las pequeñas empresas en donde no pocas veces todo el aparato organizacional esta reducido al dueño y su familia, o a lo mucho a unos dos o tres ayudantes. En estos casos se podría afirmar que tiene un gran peso la ética personal del dueño o jefe de familia, en contraposición con las grandes empresas en donde se plasma mejor la ética empresarial a todos los departamentos de la enorme organización.

Los principios que rigen el quehacer económico de las empresas pueden ser infinitos. Sin embargo en el presente trabajo nos vamos a referir exclusivamente, en primer lugar al capitalismo, para luego dar una respuesta más humana desde Latinoamérica a esta orientación globalizante y con pretensiones universalistas.

## **2.2. ÉTICA CAPITALISTA**

En vista de que en el capitalismo va a primar el deseo de obtener ganancias de los negocios, muchos autores han sugerido que éste sistema más bien carece de ética, por ello, por citar a un representante, Garrido dirá que “el capitalismo es el único sistema económico de la historia que carece de un código moral propio y específico. Esta anorexia moral del sistema capitalista le ha permitido convivir con sistemas morales tan distintos como el luterano y el calvinista o el budismo chino y el sintoísmo japonés. Tampoco las doctrinas morales racionalistas como el utilitarismo liberal de Stuart mil, Adam Smith o Jeremy Bentham pueden ser considerados códigos morales del capitalismo. De ahí que el capitalismo esté asociado más bien a códigos morales religiosos, a pesar de la profunda condición atea y materialista, aunque esta sea solo una asociación meramente externa como el “alma de un mundo sin alma”. Si observamos el conjunto de reglas que gobiernan la buena conducta dentro del mercado capitalista, continúa, todas son intuitivamente inmorales. Basta escuchar aquello de que “para incrementar el bienestar social hay que fomentar la lucha de todos contra todos (competitividad)”, o aquella de que “para que los pobres sean menos pobres, los ricos tienen que ser más ricos” (Garrido, 2001).

En todo caso nos arriesgamos a enumerar unas cuantas características del capitalismo que podrían configurar una ética de este sistema, un saber que orienta el actuar de las personas que se rigen por este sistema.

### **2.2.1. LA MOTIVACIÓN POR EL BENEFICIO**

En el mundo de los negocios que se mueven en el campo capitalista, lo que motiva al empresario a dedicar su vida entera a esta actividad es claramente el incremento del capital. Esa es la esencia de sus accionar. A menudo se cita la avaricia o la codicia como el único móvil de la vida de los negocios. Por ello su actividad no fue bien vista desde tiempos aristotélicos, éste ya distinguió en su tiempo entre dos acepciones diferentes de lo que denominamos economía. Uno era el oikonomíkos o comercio doméstico, que aprobaba y consideraba esencial

para el funcionamiento de cualquier sociedad incluso poco compleja, y el *chrematisike* que es comercio para el lucro. Aristóteles consideraba esta actividad totalmente desprovista de virtud y a quienes se dedicaban a estas prácticas puramente egoístas les denominaba verdaderos parásitos. El ataque de Aristóteles a la práctica repugnante e improductiva de la usura estuvo en vigor hasta el siglo xvii. Solo participaban en semejantes prácticas los foráneos, situados al margen de la sociedad y más no los ciudadanos respetables. El Shylock de Shakespeare en el Mercader de Venecia, era un outsider y un usurero. Los moralistas cristianos desde San Pablo a Santo Tomás y Martín Lutero condenaron taxativamente lo que hoy honramos como el mundo de los negocios (Singer, 1995, págs. 483-495).

En todo caso la revalorización del mundo de los negocios puede explicarse en parte en términos de desarrollo urbano, de sociedades mayores y más centralizadas, de la privatización de los grupos familiares como consumidores, del rápido progreso tecnológico, del crecimiento de la industria y el desarrollo asociado de las estructuras, necesidades y deseos sociales. Con la clásica obra de Adam Smith la *chrematisike* se convirtió en la institución central y la virtud principal de la sociedad moderna. Pero la devaluada versión popular, “la codicia es buena” de la tesis de Smith difícilmente favoreció al objeto de la ética de los negocios y su moralización conservo su sesgo antiguo y medieval.

Por otra parte, argumentarán los defensores de la empresa capitalista, que el fin de sus negocios no es el aumento de capital en sí mismo. Este simplemente es un medio para que la empresa crezca y poder así ofrecer más y mejores servicios. En todo caso, al menos los ejecutivos empresariales ( o en nuestro caso de las pequeñas empresas, los empleados mismos) al ver crecer la empresa para la que trabajan, no solo que reciben sus bonos o premios respectivos, sino que obtienen un status, por mejor ejecutivo o empleado, y sienten simplemente la satisfacción de ganar (Singer, 1995, pág. 496).

No obstante, quienes están más expuestos a obrar de una manera antiética si son los explícitamente dueños del capital que, de una alguna manera no serían empresarios propiamente, pues no ofrecen ningún servicio en particular. Un dueño de capital contratará a un ejecutivo para que invierta su capital y obtenga las mejores ganancias posibles sin importar en absoluto en donde lo haga. Están entonces listos para comprar acciones en la empresa que mejores réditos rinda y para retirarse de inmediato apenas dicha empresa presente signos de debilidad financiera o sus ingentes ganancias a futuro sean inciertas. No tendrán empacho por tanto de invertir sus capitales para financiar un país en crisis cobrando altísimos interés y retirarse al más mínimo rumor de quiebra bancaria o estatal. Estos son los capitales golondrinas que se llaman así por volar solo donde hay

enormes réditos y retirarse de inmediato a la menor insinuación de disminución de tales ganancias fabulosas.

Aquí se pueden ubicar también sin problema las instituciones caritativas que se ofrecen a ayudar a los países pobres con sus planes de rescate. A través de sus planes de renegociación de la deuda de los Estados, generalmente traspasan la deuda pública y privada al pueblo. “Ahí están por ejemplo los 300 millones de dólares extras en intereses que tuvo que pagar el Ecuador por motivo de esas brillantes renegociaciones a través de los Bobos Global”. (Correa, Ecuador: de banana republic a la no república, 2011, pág. 109).

Como un freno o regulación a esta ambición, Adam Smith comentará que los precios de los productos y servicios mediante el mercado libre irán paulatinamente llegando a su precio natural que sería el que dé al empresario unas ganancias razonables y no sea ostensiblemente oneroso para la sociedad. Este equilibrio que en la sociedad capitalista lo regula la mano invisible de la libre empresa, reconoce el mismo Smith que en periodos de hambruna o calamidad universal, se desbalanceará y, los consumidores entrarán en competencia y elevaran los precios de los productos y servicios. Estos se mantendrán sobre el precio natural hasta que la ambición de otros empresarios por ser partícipes de las abundantes ganancias oferte más bienes y servicios y los precios vuelvan a su valor natural. Por su parte si los precios están debajo del valor natural, los empresarios podrán esconder el producto para que al disminuir la oferta los precios vuelvan al natural (Smith, 1978, págs. 58-60).

Sostiene que solo en los lugares apartados los ciudadanos podrían verse perjudicados por los precios demasiado altos y por periodos más largos pues la competencia no llegaría fácilmente o la ventaja del descubrimiento no sería rápidamente descubierta (Smith, 1978, pág. 63). Sin embargo, en las ciudades da a entender que los beneficios obtenidos por las empresas siempre se autorregularán por la competencia y la sociedad siempre resultará beneficiada.

Por otra parte, los salarios inclusive dice la idea capitalista serán regulados automáticamente, Así, si en una determinada área de la producción los salarios bajan por descenso de la producción, los obreros tendrán que salir de esas empresas y buscar otras cuya producción esté en auge y los salarios sean mejores. De esta forma los empresarios de las empresas con elevada producción ya no tendrán que pagar demasiado ni los empresarios en crisis se verán obligados a explotar a los individuos. La misma abolición de la esclavitud atribuye Smith a que los empresarios veían que les salía más barato tener empleados libres en sus empresas antes que esclavos (Smith, 1978, pág. 85).

No se actúa entonces por principios éticos en la sociedad capitalista, sino en función del beneficio. Si un esclavo resulta barato para la producción se lo utiliza, pero, como recalca Smith, en el momento que resulta más barato un obrero libre, pues se opta por este empleado; todo en función de la utilidad y no por la dignidad de la persona. Si se les llega a pagar más a los empleados será exclusivamente solo luego de analizar si es que este aumento va a retribuir en mejores ingresos para la empresa. Probablemente esto se ve en nuestro país, en donde las grandes transnacionales pagan unos centavos más que las pequeñas empresas. El resultado, mejores y más capacitados empleados van a enrolarse en las grandes empresas.

### **2.2.2. LA MERCANTILIZACIÓN DEL TRABAJO, EL EMPLEO Y LA NATURALEZA**

En la empresa capitalista, neo-americana de M. Albert, el dinero es el fin, el resto son los medios. Lo que importa es que se reproduzca el capital lo más pronto posible, es decir ya, hoy, el presente, hipotecando el futuro. Importa muy poco lo que le suceda dentro de unos años al empleado, si por trabajar no se instruyó, no importa (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 91); si las leyes locales permiten de alguna manera estafar, engañar subrepticamente al cliente, poco interesa; si se destruye la naturaleza, bueno la ciencia ya se ingeniará para remediarla luego.

Dentro del mundo estrictamente capitalista el dinero o la acumulación de capital es lo único que tiene “dignidad”, el resto es una masa informe que debe ser moldeada por esa premisa llamada progreso. Así, el empleado vende su trabajo a cambio de un salario. El empleado como tal con toda su dignidad no existe para el empresario capitalista; lo que cuenta es la calidad de su trabajo. El empleado sirve al capitalismo lo que vale su trabajo, de tal manera que en el momento en que el empleado no pueda rendir lo que desea la empresa, ésta simplemente lo reemplaza. El trabajo no dignifica a la persona, sino a la empresa y al crecimiento del capital.

Ahora bien, los innumerables cursos de diferente índole que ofrecen las empresas para que sus empleados eleven su nivel, los premios y bonos disponibles para los empleados más laboriosos, etc., son entregados en el mundo capitalista sin una intención puramente altruista. El objetivo claro y frío es que el empleado rinda más. Si de paso estas acciones cumplen también con un pedido ético eso no tiene mayor importancia. Lo importante es que el empleado se sienta bien, esté mejor preparado, se sienta motivado etc., etc., porque de esta forma produce más. Así la ética viene a ser el nuevo opio del pueblo que adormece a los

explotados para que no se percaten de los que son. (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 76).

Por ello es que Garrido en la cita anterior abiertamente presenta al capitalismo como un ente sin ética, y el mismo Smith confirmaba que las empresas empezaron a contar con empleados libres en sus filas porque les resultaba más económico y no porque la esclavitud les quitaba el sueño. “No sé si la General Motors al adoptar los principios de Sullivan, según los cuales se negaba a adoptar leyes discriminatorias del apartheid, lo hacía por conciencia real de la inhumanidad de ese sistema o porque eso le representaba réditos y aplausos en el mundo occidental” (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 77).

La mercantilización de la naturaleza se demuestra además con la contaminación a gran escala a la que hemos llegado. EE.UU. se niega reiteradamente a firmar los convenios para proteger a la naturaleza, como por ejemplo el protocolo de Kioto. Cuál es la razón. El ser humano, el trabajo y en este caso la naturaleza no son sino mercancías al servicio del progreso. Lo que importa es el progreso de las naciones, traducido, el progreso de las empresas. En este momento todavía resulta caro para las empresas defender a la naturaleza. Llegará el día, ojala muy pronto, en que la tecnología haga rentable la protección a la naturaleza.

A nivel micro, veíamos cómo, con la industrialización en nuestro país, los restaurantes dejaron de usar leña, que era más contaminante, para reemplazarlo por gas y, posteriormente es probable que se pase al uso de la electricidad. ¿Hay en los dos casos una preocupación ética por el medio ambiente? Se podría responder que no dentro del ámbito capitalista. Hoy para un restaurant le resultaría mucho más caro cocinar con leña; tampoco le es rentable todavía hacerlo con electricidad. Pero dentro de unas décadas posiblemente si lo sea pues las políticas estatales en nuestro país apuntan a eso. Lo que responde a la motivación de las acciones en último término pasa entonces necesariamente por la rentabilidad más que por la ética en el mundo capitalista.

### **2.2.3. LA SUPERVIVENCIA DE LOS MÁS APTOS**

La falta de ética de la que venimos hablando se evidencia de una manera más grotesca en este acápite. Los estudiosos de los fósiles cada día encuentran restos de especies que por diversas circunstancias no están más con nosotros. En el ambiente natural las especies que han sido capaces de superar las innumerables circunstancias adversas han sido las que han desarrollado

mayores habilidades para adaptarse a los diversos cambios bruscos que la misma naturaleza les ha puesto a prueba. Obviamente estas especies tienen su mérito y, porque demostraron ser mejores que sus rivales, siguen en pie. Las que no, simplemente deberán resignarse a que los científicos pasen largas horas estudiando las causas de su desaparición.

Esta fría realidad se traspasa literalmente al mundo de los negocios en el ámbito capitalista. Por qué y para qué deberían sobrevivir empresas mediocres. Serían una carga innecesaria para la sociedad. Solo implicarían ingentes cantidades de subsidios infructuosos. La quiebra de las empresas débiles sería entonces una saludable ayuda al mejor desarrollo de las sociedades. Si el forzoso mantenimiento de una empresa significa que la sociedad deba consumir sus malos productos a elevados precios es un sinsentido que da la completa razón a la tesis darwiniana de que solo deben sobrevivir los más aptos. (Elía, 2009).

Quien quiera encontrar un argumento ético en esta teoría por salvaguardar el bien de la sociedad, debe necesariamente ignorar abiertamente que las pequeñas empresas están compuestas por seres humanos que se quedarán en la calle luego de ser eliminados por las grandes empresas. Esto abre las puertas al capitalismo salvaje que sería la aplicación literal de la teoría de las especies al mundo empresarial.

No obstante, hay que argumentar que así como los niños mimados son más ineficientes al momento de enfrentar dificultades serias en la vida, las empresas con más subsidios y ayudas estatales serán más ineficaces para superar crisis económicas. La adaptabilidad de las empresas al vaivén de los miles de problemas las fortifica también. Por ello serán los técnicos en la economía quienes evalúen el grado de proteccionismo que se considere útil y no dañino para una empresa.

En todo caso todo depende de las políticas estatales de cada país. Así por ejemplo EE.UU., siendo el padre y promotor de la libre empresa, subsidia sin problema a las empresas que se dedican a la producción alimenticia. En este caso entonces, estas empresas siguen operando en el mercado sin ninguna dificultad aparente pero, porque tienen la ayuda estatal. De ahí la crítica que elaboramos más arriba, pues estos países grandes quieren tratados de libre comercio con países que carecen del nivel de subsidios que ellos tienen para entrar claramente con ventaja.

Exceptuando sin embargo esta situación particular, la globalización en la que vivimos ha obligado a las empresas locales, y empresas pequeñas en particular, a ingeniarse mil maneras para sobrevivir en una cancha con claras y evidentes desventajas. Tal vez por esa desigual competencia, las pequeñas

empresas que sobreviven en buenas condiciones ante tal descomunal lucha tienen grandes posibilidades de convertirse en medianas empresas. Es tal la inventiva puesta en juego en estrategias de diferente índole que aquí se plasma de una manera plena el espíritu de emprendimiento del que hablábamos más arriba. O en todo caso al menos el afán por sobrevivir se cumple.

No obstante no podemos terminar este acápite citando dos o tres caso de pequeños emprendedores que luchando tan solo con el arma del espíritu emprendedor, del que tanto habla el capitalismo, lograron encumbrarse hasta la cima de los grandes triunfadores en el mundo occidental de corte capitalista.

Ahí está Bill Gates que, sin siquiera terminar sus estudios, y con un mínimo capital inicial logró convertirse en el magnate del mundo informático. John D. Rockefeller que con 30 años y con un trabajo de ayudante de contabilidad fundó la Standard Oil de Ohio, una empresa que le haría el hombre más rico de su tiempo. Aristóteles Onassis era tan pobre que tuvo que emigrar a Argentina, ahí compró cargueros a bajo precio con los que iniciaría lo que más tarde vendría a ser el mayor imperio naval de mundo (Digital, 2010).

Estos casos serán mil veces citados por quienes defienden la bondad de la libre competencia. Dirán obviamente que ahí está demostrado que basta que haya un ambiente de libertad y un gran deseo de superación para que un insignificante emprendedor puede convertirse en un gran empresario. De hecho eso es verdad, pero también es cierto que por unos cuantos que triunfan hay millones que se quedan a la vera del camino y literalmente “mueren en el intento”.

Por ello la crítica verá como un atentado a la ética la teoría de la supervivencia de los más aptos como motor de la economía de una sociedad. Pues el más “apto” no va a ver inconveniente alguno que su crecimiento económico vaya hacia el infinito. Rockefeller por ello llegó a controlar el 90% de la producción y refinación del petróleo a finales del siglo antepasado. Aquí vemos por ejemplo solo en nuestro país cómo los grandes grupos económicos no se conforman con tener acciones en un área de la economía y siguen abriéndose campo en otras y en otras áreas del ámbito económico. No tendrían empacho alguno en abarcar completamente la economía de una nación. Citamos a continuación solo unos cuantos grupos económicos y en paréntesis las empresas que controlan.

1. Banco Pichincha (Diners Club, Seguros del Pichincha, Banco Rumiñahui, Banco de Loja, AIG, Interdin, Credife). Regionalmente del norte (Quito).
2. Almacenes Juan Eljuri (Banco del Austro, Neohyundai, Aymesa, Aekia, Metrocar, Tvcable). Del austro (Cuenca).

3. Banco de Guayaquil (Corporación Multibg, Río Guayas Compañía de Seguros, Multivalores B.G.). Del litoral sur. (Guayaquil)
4. Corporación Favorita (Supermalia, Mega maxi, Juguetón, Akí, Supersaldos, Kywi, Sukasa, Tventas). Del norte.
5. Produbanco (Super Paco, Plan Automotor Ecuatoriano, Servipagos, Produfondos). Del norte.
6. Exportadora Bananera Noboa (Banacont, El café, Industria Cartonera Ecuatoriana, Industrial Molinera). Del litoral sur.
7. General Motors (Omnibus bb, Gmac del Ecuador, Elasto). Del norte.
8. Banco internacional (Consortio Petrosud Petroriva, Petrolamerec, Cervantes Compañía de Seguros). Del norte.
9. Banco Bolivariano (Tabos Ecuatoriana, Affb, Valores Bolivariano). Del litoral sur.
10. Corporación el Rosado (Mi Comisariato, Mi Juguetería, Ferrisariato, Chilis, Supercines, Radio Disney). Del litoral sur (SRI, Grupos económicos del Ecuador, 2013).

#### **2.2.4. EL ESTADO COMO REGULADOR DE LA ÉTICA**

El crecimiento de las naciones dirá Smith se basa en la capacidad natural del ser humano para negociar. “dame tu lo que me hace falta, y yo te daré lo que te falta ti” (Smith, 1978, pág. 14).

En teoría este sano intercambio que propone la ética capitalista no pocas veces viene a constituirse en una verdadera falacia cuando por ejemplo una bella joven se pierde en el desierto y al estar a punto de desfallecer se encuentra con un caballero que le propone proveerle de agua, siempre y cuando se acueste con él. Para la joven, dejarse abusar es menos malo que morir, para el caballero acostarse con ella es mucho más valioso que el agua. De acuerdo a la ética capitalista, como la transacción está hecha entre agentes racionales, no hace falta intervención externa, pues estamos ante un intercambio voluntario (Correa, Ecuador: de banana republic a la no república, 2011, pág. 170).

Por ello, el Estado es el ente encargado de regular las negociaciones o intercambios comerciales. En muchos casos inclusive le tocaría poner freno al emprendimiento, como ha ocurrido en los mismos EEUU cuando redactan leyes antimonopolios que las han aplicado a los mismísimos padres del emprendimiento capitalista como John D. Rockefeller. (Wachnitz, s.f.).

En ese caso quienes articulan las leyes recibirán todo el peso de aplicar en sus reglamentos normas también de carácter ético o al menos que colindan con

esta rama del saber. Cada estado propondrá por ejemplo los salarios mínimos que considere justos. De esta forma una multinacional que en EE.UU. está obligada a pagar a sus empleados \$ 8 la hora, en Haití podría pagar \$ 1,94 por día (Pierre, 2009).

La transnacional no tendrá remordimiento alguno al trasladar sus instalaciones desde el primer mundo a un país tercermundista con estabilidad política pero con sueldos irrisorios pero “legales”. Probablemente sea justos en ese pobre país, pero completamente injustos en el país de origen de la citada transnacional. Total a la empresa lo único que le interesa es abaratar los costos de producción. Así, incluso con lo que va a gastar en volver a traer los productos elaborados le sale más barato que fabricarlos en el país del primer mundo. Por ello grandes cadenas han trasladado sus fábricas a países con salarios irrisorios (Market, 2013).

“La gente se sentiría molesta si viera de donde viene su iPhone” dijo un ex directivo de Apple aludiendo a Foxconn, el mayor proveedor de aparatos electrónicos que emplea a 1.2 millones de personas solo en China y provee a Apple, Amazon, Dell, HP, Nintendo, Nokia, Samsung, etc... Solo Apple y en el último trimestre del 2011 anunció la cifra record de beneficio de 13.060 millones de dólares luego de la venta de 37 millones de iPhones y 15,4 millones de iPads. Poco les importa que los trabajadores más desafortunados padezcan castigos humillantes, caigan en depresiones, sufran lesiones de gravedad o, sencillamente se suiciden. En todo caso luego de la oleada de suicidios en el 2010 accedieron a revisar el sueldo que se ubicaba alrededor de 100 euros trabajando 12 horas al día (Brunat, 2012).

De esta manera la empresa capitalista termina rigiéndose por la “ética del Estado”. Es buena mi práctica empresarial siempre y cuando cumpla con los lineamientos propuestos por el Estado en lo referente a mi gestión. Eso dependerá entonces de cada Estado y de la corriente ideológica de turno.

Toda sociedad tiene el derecho de dictar las acciones éticas de los negocios por que les ha otorgado a la organización el derecho legal de conducir los negocios. El estado está en una mejor posición de regular la conducta ética, pues si las empresas acuerdan regirse por un código ético, lo más probable es que una de ellas desacate tales acuerdos y sin mayores posibilidades de sanción tenga una ventaja competitiva. La historia ha demostrado que la auto aplicación de políticas éticas no ha sido tan efectiva, por ello se considera que es el Estado quien debe desarrollar y vigilar que se cumpla un código de conducta (Tarantini, 2012).

A esto hay que añadir que las multinacionales cuando se sienten perjudicadas por los Estados locales pequeños, acuden a los organismos

internacionales como el CIADI (Centro Internacional de Arreglo de diferencias relativas a Inversiones) por supuestas violaciones a los Tratados Recíprocos de Inversiones TBI). Solo nuestro país tiene 23 tratados firmados y por ello ha desembolsado la cantidad de 94 millones de dólares solo en defensa por 30 demandas internacionales; más de 200 millones de dólares tuvo que pagar el Estado hasta el 2011 solo por 3 demandas perdidas. Por ello, la última semana de abril del 2013 se reunieron los ministros del Alba para plantear la posibilidad de que los TBI se rijan a las leyes locales o en todo caso que la UNASUR cree un organismo multinacional independiente e imparcial para la solución de controversias en materia de inversiones; esto porque los TBI favorecen abiertamente a las multinacionales en detrimento de los intereses de los países menos favorecidos (Comercio, UNASUR busca crear organismo de arbitraje, 2013).

Un empresario que se dedique al negocio de la prostitución, por tanto, dependerá para su accionar de las leyes del Estado en donde va a ejercer. Si intenta implementar su negocio en New York por decir, tendrá problemas y será inmediatamente clausurado, pues ahí las leyes no lo permiten. Pero si se ubica en nuestro país, podrá operar sin problema, basta que cumpla con los requisitos reglamentarios sobre menores de edad, trata de blancas, impuestos y demás. Que el área de su emprendimiento esté acorde o no con la ética no es de su incumbencia en el mundo capitalista. Será el estado quien determine si su trabajo es útil a la sociedad o al menos si no es nocivo para la misma.

Aquí tocamos un punto neurálgico, a saber el cliente. Si el Estado permite un negocio cualquiera, será en último término el cliente quien haga surgir el negocio en cuestión. El negocio de la droga precisamente mueve toneladas de dólares por la sencilla razón de que hay gringos que la consumen. Si en el mundo entero los gringos se guiaran por principios éticos y dejaran esa práctica inmoral, simplemente el negocio se iría en picada.

### **2.2.5. LA CREACIÓN DE NECESIDADES**

Continuando con la argumentación anterior, el empresario es tal, única y exclusivamente por el cliente. Primero está el ser humano con una necesidad concreta y luego aparece el empresario para satisfacer esa necesidad. Smith nos comentaba que en las sociedades primitivas los seres humanos sencillamente intercambiaban lo que habían cazado o recolectado por algo de lo que carecían. Luego, cuando alguien por x razón no había logrado cazar o recolectar su alimento preferido, se encontraba personalmente con ese déficit, resulta que un vecino cazó o recolectó más de lo que necesitaba de dicho producto. Nace

entonces la primera negociación. Tú me das el producto que yo necesito y, a cambio, yo te doy algo que a ti te falta. Después, una vez que el intercambio creció empezaron a surgir las rudimentarias monedas que dieron inicio a los incipientes negocios. El primer microempresario se dio cuenta entonces de que los aldeanos buscaban con afán x producto y, sin pensarlo dos veces empezó a recolectar con empeño dicho producto para “venderlo”. Este empresario empezaba entonces a ser reconocido como el proveedor o vendedor de aquel producto. Este hecho hizo que forzosamente él se especialice en esa función o “trabajo”. Nace así la especialización del trabajo. Luego otro micro emprendedor se dará cuenta de que hay otras necesidades que satisfacer y se especializarán también en esa nueva actividad, dando origen así a la división del trabajo. Al crecer el pequeño negocio, el microempresario contrata ayudantes, y... el resto ya es historia (Smith, 1978, págs. 17-30).

Ahora bien, mientras más se especializa el emprendedor en su área de trabajo es evidente que el producto elaborado va ser cada vez de mejor calidad y los microempresarios que van teniendo éxito van a ser lógicamente quienes oferte un mejor producto elaborado. Así llegamos, y para no analizar toda la historia empresarial de la humanidad, a la década de los 20 en el siglo pasado cuando se llegaron a fabricar bombillos que duraban “eternamente”.

Construida por la Shelby Electric Company tenemos entonces el foco instalado en el parque de bomberos de Livermore en California que ha estado encendida durante más de 800 mil horas como el ejemplo más representativo de la elaboración de buenos productos. Este viene a ser el icono de la filosofía empresarial que oferta el mejor producto posible al cliente.

Sin embargo, en 1932 a Bernard Johnson se le ocurrió la brillante idea de acabar con la depresión de los años 20 con la idea de la obsolescencia programada. Con esta nueva filosofía empresarial, el producto elaborado ya no va a durar para siempre, sino que tendrá una “muerte programada”. Así por ejemplo en el caso del ejemplo de los focos, empezaron a fabricar bombillas que duren primero solo 2500 horas, luego 1000 horas, hasta llegar a los actuales que duran unas cuantas semanas. De esta manera las fábricas podían elaborar toneladas más del producto en cuestión. Con ello, no solo se enriquecía el empresario, como comúnmente se cree, sino que había trabajo para más empleados y con ello se dinamizaba la economía (Vanguardia, 2012).

Pero para que el cliente no se recienta, Brooks Stevens sugirió que a cambio de ofrecerle al cliente un producto de menor durabilidad, había que subrayar en su novedad. Entonces, si ya no soy poseedor de un producto “eterno” ahora soy el primer dueño del último producto elaborado. Nace así la lucha encarnizada entre los clientes por ser los primeros en lucir el producto que se

acaba de estrenar. No hay que abundar entonces en las colas inmensas que se observa en los grandes centros comerciales por adquirir el iPod de última generación.

Llegamos así al mundo del consumo en el que vivimos en donde la parte medular como dijimos es la novedad del producto. Tiene sentido entonces la propaganda como eje fundamental del sistema. Hay que anunciar por todos los medios posibles que el producto novedoso está ya en elaboración y, al presentarlo se debe hacerlo de tal manera que provoque una verdadera desesperación en los clientes por ser los primeros poseedores del tan publicitado objeto. Luego de unos meses que les pase el gusto y la emoción a los consumidores, estará ya listo el arsenal propagandístico para presentar el producto que superará con creces al anterior. Lamentablemente el nuevo producto supera al anterior apenas en detalles sin importancia real, pero eso no interesa. La única forma de vender el nuevo producto es esa. Nadie vendería si subrayara que el nuevo producto apenas si es superior al anterior. (Lisandro, 2011).

Esta idea central se aplica por igual a todo el mundo de la elaboración de productos y oferta de servicios. Hay que anotar por tanto que en el momento que los consumidores se den cuenta de “este pequeño detalle”, simplemente el mundo de los negocios colapsa. El marketing moderno apunta necesariamente a la novedad del producto antes que a la calidad, aunque sin descartar esta última por cierto.

De esta forma el consumidor, ya no tanto el ser humano pues éste no existe en el mundo capitalista, se va a sentir necesariamente inferior o hasta incompleto si no posee el último auto, si no ve el último programa, si no está en las redes sociales de última generación, si no se viste a la última moda, si no se alimenta de acuerdo a los últimos inventos, si no va de compras a los centros comerciales más modernos, si no se distrae de acuerdo a las últimas recomendaciones psicológicas y médicas, etc., etc.

Cumplido entonces el objetivo de convertir al ser humano en un comprador. De pronto para que no se sienta abombado con la oferta infinita de productos y para que no se vea a sí mismo como consumidor, hoy se le hace creer que recupera su humanidad al poder él escoger el producto o servicio. Entonces la nueva estrategia consiste no en ofrecer productos y servicios, sino ubicarlos disimuladamente por el lugar donde va a pasar el “ser humano” para que sea él quien “libremente opte por tal o cual producto” (Trujillo, 2013).

Qué importancia tiene eso. Ninguna. El “ser humano” bien creído que es tal no sale de las redes del consumismo que es lo que en última instancia interesa al

empresario y al sistema. Si haciéndole creer que él escoge el producto se consigue vender más, pues hay que optar por ese camino sin dudar. Todo vale con tal de incrementar las ventas.

## **2.2.6. LA IDEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL**

En 1984, Edward Freeman aboga sobre la re conceptualización de la empresa, pues, en EEUU por ejemplo las empresas tienen la obligación legal de velar por el beneficio de sus accionistas, por ello el interés del cliente, proveedor y la sociedad en general pasa a segundo plano. Freeman expone que las empresas tienen obligaciones de cara a sus stakeholders es decir sus accionistas, empleados, proveedores, clientes y cualquier otra persona con un interés en la empresa (De George, 2006).

Luego del desastre que acabó con la vida de miles de personas empleadas de UnionCarbide en Bhopal en la India, la industria química adoptó un código voluntario que se dio a conocer como la iniciativa ResponsibleCare. 20 años después todos los países de la OCDE adoptaron una legislación similar que obligaba a acentuar la responsabilidad patronal y prohibía las coimas a los gobiernos de países extranjeros para la obtención de contratos o favores especiales (De George, 2006).

Muchas multinacionales han adoptado códigos como el de Caux que incluyen en su accionar mundial o se han suscrito a los principios que pregona el pacto Mundial de las Naciones Unidas que vienen a ser como un reglamento estatal mundial cuyos 10 principios básicos tratan sobre los derechos humanos, los estándares laborales, el medioambiente y la corrupción. La iniciativa ha crecido hasta superar los 8000 participantes que incluyen a más de 5300 negocios en 130 países (De George, 2006).

Es loable, sin embargo, que las empresas desde el mismo capitalismo representado por los EEUU hayan tomado cierta conciencia, aunque presionados por las críticas que a lo largo de todo el siglo pasado se han gestado desde el tercer mundo como un clamor en favor de la naturaleza y principalmente de los derechos no solo de los trabajadores sino de la sociedad empobrecida por sus prácticas depredadoras.

Es común ya escuchar que las empresas que adoptan una cultura ética en todas sus operaciones y de veracidad y transparencia en su información financiera tienen una ventaja competitiva muy importante: credibilidad y confianza pública, y la fidelidad de todos sus colaboradores. Virtudes sociales como la

honestidad, responsabilidad, lealtad, respeto, calidad y eficiencia en el desempeño de sus deberes, no solo tienen mérito como valores éticos, sino que poseen un valor económico tangible y ayudan a la empresa al logro de objetivos compartidos: productividad, calidad, crecimiento, confianza, credibilidad y prestigio en la comunidad. Cuanto más profundos sean los valores que une a una empresa más intenso será el concepto de identidad y mayor será la confianza que la sociedad otorgue a la empresa y sus productos (Zamorano, 2012).

La confianza es como un lubricante que hace que cualquier grupo u organización funcione en forma más eficiente continua Zamorano citando a su vez a Fukuyama, otro autor capitalista. Es decir que el prestigio y la confianza constituyen el patrimonio más valioso de una empresa.

Está entonces tan degradado el fin lucrativo de las empresas que ahora incluyen en las calificaciones que las presentan como las más aptas principios éticos como responsabilidad social, preocupación medioambiental y laboral, a más de su sólida posición financiera que lo expresan no solo en ganancias sino más bien en crecimiento en infraestructura, ventas, sucursales, etc.

### **2.3. ÉTICA HUMANISTA O ÉTICA COMUNITARIA**

Luego de haber expuesto al menos las más importantes características de la ética capitalista dominante en el mundo globalizado en el que vivimos, nos parece necesario citar una visión diametralmente opuesta sobre la vida.

De las escuelas socráticas menores, los cínicos y particularmente los epicúreos se muestran opuestos a lo que hoy sería el sistema capitalista, en aquel tiempo simplemente la ciudad y sus costumbres, y proclaman un regreso a la naturaleza. Cuando se habla de regreso a la naturaleza no lo hacen en el sentido de un simple regreso al cosmos, sino un regreso a lo que se opone a las regulaciones de la vida que impone la cultura de las ciudades, por ello es una polémica que se desarrolla en el mismo seno de la cultura porque no regresa a las cosmologías anteriores. Aquí en la idea del trabajo se ve una dicotomía entre una comprensión positiva unida a una idea de progreso y otra negativa unida a una idea de maldición. La edad del hierro (Hesíodo) es del trabajo y por ello del dolor explicitada en la producción artesanal y el papel del fuego como generador de la energía que permitirían salir del salvajismo. En Antifonte y en Hipias de Elis el regreso a la naturaleza equivale a la edad de oro en cuanto afirma la vida natural frente a la ciudadana; la mítica ciudad feliz de Hesíodo es una vía metafórica para expresar aquel nivel de moralidad opuesto a las formas de eticidad que el poeta denuncia. Aunque esta visión estrictamente homosexual,

pues la mujer integra uno de los males de la edad de hierro, será superada por los cínicos quienes abren las puertas a la mujer como sujeto de pensar y actuar filosófico (Roig, 2002, págs. 9-12).

No es lo mismo entonces el trabajo que ordena y crea junto con el mundo de las técnicas que el trabajo que libera y desencadena al mismo Prometeo. La ciudad y junto con ella el trabajo en Protágoras por ejemplo, constituyen lugar y tareas humanizantes por excelencia. El regreso a la naturaleza no implica una renuncia a las técnicas propias del trabajo, sino un intento de reinserción en las mismas pero subordinadas a la vida humana, salvando así la inversión deshumanizante de valores en que había caído la ciudad, lugar de la más alta concentración artesanal. Este rescate de la técnica implica un rechazo de la “racionalidad objetiva” socrática, que sería luego tanto platónica como aristotélica (Roig, 2002, pág. 13).

Lo que está en juego es la contraposición entre dos modos distintos de entender la libertad: como *eleuthería* que desemboca en la libertad interior del estoico que viene a ser un retoño y esclavo de las leyes y; como *apólysis* que avanzaría hacia el desmontaje permanente de las estructuras opresivas anteponiendo siempre el ser humano a las leyes. En este contexto se debería, entonces, entender el lema protagórico “el hombre como medida de todas las cosas” (Roig, 2002, pág. 14).

De esta manera el objeto del esfuerzo no es la producción, sino aquello que hace que toda producción no concluya en formas alienantes. El objetivo siempre será entonces mantenerse “desatado” respecto de la ciudad y en particular de su mundo productivo, tanto en lo que se refiere a conocimientos y a técnicas, mas sin haber renunciado a ellos. El sabio, dirán los cínicos, no ha de vivir conforme las leyes establecidas, sino según la virtud. Diógenes ve la ciudad como una etapa regresiva de la humanidad cuando afirma que la vida urbana fue el comienzo de toda injusticia. Allí tuvo su origen, dice, la mentira y el engaño y todas las peores fechorías, a tal punto que, hasta parece haber sido el motivo mismo de la fundación de las ciudades (Roig, 2002, págs. 15-19).

Pretendían suprimir todo lo superfluo, todo lo que había surgido del mundo del consumismo como lo conocemos actualmente. Antístenes cuando quería darse un gusto no lo compraba en la plaza lo máspreciado y costoso, sino que lo sacaba de la tienda de su alma y, es digno decir que tal riqueza es la que hace dignos a los hombres; la riqueza no es un bien material que se pueda conservar en casa como si fuera un objeto, sino una disposición del alma. De otro modo no se explica por qué algunos, aun poseyendo muchos bienes, siguen viviendo en medio de riesgos y fatigas con el único objeto de acumular más dinero. Ni podría entenderse el comportamiento de ciertos tiranos que sienten tantos deseos de

poder y tesoros a tal punto de cometer delitos más horrendos. Se parecen a personas que pese a comer sin cesar, no muestran jamás signos de saciedad. Mientras que el cínico tiene más bien la impresión de que todo el mundo le pertenece, y tal es el control sobre sí mismo que se ufanan de no sentir necesidad de nada.

Esto constituye la destrucción del fundamento último del capitalismo pues si queda desenmascarado el consumismo, éste cae cual castillo de naipes. En el momento en que el ser humano se dé cuenta de lo innecesario de más de la mitad de los productos que consume el sistema se viene abajo. Cuando la novedad de la mayoría de los productos del mercado sean delatados como pura novelería, todo el andamiaje del marketing se desarma.

Este acto liberador no hace otra cosa que rescatar al ser humano de las garras del consumismo que valoraban su presencia únicamente en cuanto comprador olvidándose que el hombre existe como fin en sí mismo. En todas sus acciones, ya sean dirigidas hacia sí o hacia los demás, debe ser considerado siempre al mismo tiempo como fin. Esta afirmación kantiana es hoy por hoy la premisa irrebalsable en torno a cualquier razonamiento en torno a derechos y deberes, aun cuando las conculcaciones de los derechos humanos sean continuas, y a pesar de que los discursos justificadores rezuman un innegable cinismo estratégico. (Cortina, *Ética Mínima*, 1996, pág. 36).

La horrible perversidad a las que nos ha llevado el sistema capitalista no solo nos hace hablar, dirá Enrique Dussel, sino gritar y formular positivamente para la liberación cuando responde ardidamente al *Tractatus* de Wittgenstein que ubica a la ética fuera del campo de lo que se puede hablar. La razón económico-científica-técnica no alcanza tampoco para descubrir la lógica que mueve a la ética. Solo una razón compasiva y compadeciente, puesta en pie por la vivencia del sufrimiento, espoleada por el ansia de felicidad, asombrada por el absurdo de la injusticia será capaz de desentrañar la lógica de la ética sin contentarse con cualquier justificación. Todo aristocrático escepticismo o relativismo resultan insostenibles en la vida cotidiana porque nadie puede actuar creyendo que no existen unas preferencias frente a otras o que la maldad del asesinato y la tortura dependen de las diferentes culturas. O, aceptando como única guía la sensibilidad que termina identificando el bien con la belleza, pero ahí resulta éticamente imposible jugar a lo bello cuando un solo hombre muera de hambre o sufra las injusticias del sistema. (Cortina, *Ética Mínima*, 1996, pág. 37).

De esta manera, respondemos a la estrategia capitalista de evadir de cualquier forma la ética. El sistema se propone en todo caso una ética que se plantee la felicidad individual y, ésta entendida exclusivamente como teniendo el cuerpo en forma, disfrutando del ocio y de bienes de consumo; sin importar para

ello que el empresario tenga que “utilizar” a sus empleados, clientes, proveedores y a la naturaleza misma. Por ello, vamos a responder a esta forma de ver la ética empresarial modificando el fin último por el que vive y se desvela el empresario.

### **2.3.1. EL NOSOTROS COMO GESTOR DE LA ÉTICA**

Hasta aquí nuestro análisis se ha movido básicamente dentro de una óptica individualista del ser humano. Y no podía ser de otra manera, pues al capitalismo tradicionalmente le ha interesado el bien del individuo. El sistema como hemos visto intenta solucionar los problemas económicos del individuo concreto. Evidentemente, plantea el capitalismo que luego de que haya muchos individuos ricos, su riqueza es tal que no puede quedarse en esa persona solamente y necesariamente empieza a desbordarse si cabe el término a la sociedad. Sin embargo, como resultado de este sistema tenemos ciertamente unos cuantos millonarios que, probablemente sea felices al alcanzar sus metas individuales pero, a qué costo: toda una sociedad empobrecida.

De ahí que “carezca de sentido que el empresario se plantee su felicidad personal como el fin de su actividad comercial. La razón de ser de su existencia está en la oferta de bienes y servicios para una sociedad y será ella la que legitime o deslegitime su presencia o no en la sociedad” (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 23).

Además, se debe de tomar en cuenta cuáles son los valores morales de la sociedad en la que va a operar el empresario. Supongamos que respeta y se inscribe en tal escenario. Pero en el caso de que la moral y la legalidad de la citada sociedad estén en un nivel atentatorio a la dignidad de la persona, hay una instancia ética y legal superior que puede cuestionar y condenar normas y actitudes. Es el caso por ejemplo de “los crímenes de lesa humanidad del régimen de Hitler que fueron criticados y juzgados, no con las normas y principios éticos nacionalsocialistas” (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 27).

Naturalmente que esto ha dado pie a que el imperio, que se cree dueño de la verdad, intervenga, desde sus principios, en los diferentes países en los que según ellos están atentando contra la dignidad de las personas. Sin caer en este afán de guiar a la humanidad por el buen camino, debemos plantear una ética de mínimos que aporte a la fundamentación de la dignidad de la persona.

Para ello, debemos partir de la tradición kantiana que presenta a los derechos humanos como exigencias racionales innegociables, al ser humano sin precio, sino con dignidad y, todo el andamiaje moral girando alrededor de aquello

que es absolutamente valioso: el ser humano. Sin embargo, nos será de extremada ayuda la tradición dialógica enmarcada en una racionalidad comunicativa que eleva a quienes no tenían voz a status de interlocutor; las prácticas morales por tanto serán válidas según las consecuencias que tengan para todos los afectados (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 32).

Desde la revolución francesa la humanidad ha de heredar los valores de libertad, entendida como la capacidad de decidir por sí mismos cómo ser felices y la capacidad de darse a sí mismo sus propias leyes; la igualdad como la posibilidad de tener las mismas oportunidades para desarrollar las capacidades personales y sociales que vayan corrigiendo las desigualdades naturales y sociales que han ido configurando la dominación de unos hombres sobre otros; y, la fraternidad, hoy entendida como solidaridad, un valor indispensable si queremos que todos los hombres se realicen en su autonomía. Valores estos que configuran una ética mínima fundamento de los derechos humanos que, aunque son la clave del derecho positivo, no forman parte de él, sino que pertenecen al ámbito de la moralidad cívica. Luego de las sucesivas guerras y ataques terroristas a los que se ha venido avocada la humanidad y, a la continua destrucción de su hábitat, no está por demás añadir el derecho a vivir en paz y el derecho a un medio ambiente sano. Con estos fundamentos se puede convivir con aquellos que tienen un ideal distinto de felicidad siempre y cuando aquello no atente al libre desarrollo de los otros. Para ello, en solidaridad, todos estos valores florecen en un ethos dialógico que se constituye en el mejor medio de conciliar un mínimo universalismo ético y el respeto a la diferencia. Pues solo reconociendo que la autonomía de cada hombre debe ser universalmente respetada, podremos exigir que se respeten sus peculiaridades. (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, págs. 39-42).

Más allá de las diferencias culturales, ideológicas o religiosas se debe llegar a un acuerdo sobre el cual se pueda apoyar una conducta ética, a saber, el reconocimiento del otro como una persona humana, original e irreductible, igual en dignidad. Y la persona humana no se realiza sino en libertad. Y la primera responsabilidad del hombre es participar con su creatividad en la creación continua del mundo. La libertad y la creatividad realizan la dignidad de la persona, pero van de la mano con la libertad y la creatividad de la otra persona. (Falise, pág. 62).

En todo caso, y con el fin de partir de la valoración individual de la persona que enfatiza el capitalismo, Adela Cortina propone una interesante teoría según la cual, la autonomía del individuo es la clave del socialismo del futuro.

El socialismo es un individualismo, dice, porque los postulados individualistas, al formar parte de la tradición intelectual de Occidente, son muy atractivos, y porque la izquierda nunca ha sido contraria al individualismo, sino solo a cierta forma de entenderlo. El libre desarrollo de cada uno sería la condición del libre desarrollo de todos, frente a lo que podría pensar un individualismo posesivo, competitivo, insolidario. Pues el individuo está inmerso en una comunidad de hablantes y solo desde la comunicación con ellos será capaz incluso de conocer sus propios intereses y determinar qué considera correcto y qué incorrecto. Somos lo que somos, solo a partir de nuestra relación con otros. El reconocimiento recíproco es indispensable para nuestra propia configuración como individuos y para nuestro autoconocimiento (Cortina, *Ética sin moral*, 1995, págs. 273-289).

Según esta propuesta, es más digno para el beneficiario, saber que el beneficio puede ser mutuo, que sentirse unilateralmente beneficiado. La cooperación aumenta la autoestima en mayor medida que la solidaridad desinteresada. Y toca hablar necesariamente de la autoestima pues éste es un logro del pensamiento liberal que nadie en su sano juicio podría desconocer ni renunciar, pues sin estima por la propia persona y por el propio proyecto vital caeríamos probablemente en una exaltación de la humildad pero como auto negación. De esta manera se podría sacar más provecho cooperando antes que entregándose a una competencia desenfrenada. La cooperación no es una actitud aconsejable para los individuos, sino que la solidaridad es el elemento vital de los hombres, concluye la autora.

El hombre es más que un individuo, es una persona que no se realiza sino es con los otros y por los otros. Su dignidad no puede afirmarse sino en el respeto y la promoción de la dignidad de los otros. El valor de la solidaridad refuerza, encuadra y a veces también limita los de la libertad y la creatividad; él es la expresión inmediata del reconocimiento del otro y, a su vez, fundamento de toda ética. En razón de ella deben ser establecidas y aplicadas las reglas de vida común: protección de los consumidores, trabajadores e inversionistas; debe ser combatida la exclusión social; debe promocionarse a los grupos sociales más desprovistos; es el fundamento último de las leyes que rigen los Poderes públicos. (Falise, pág. 64).

Esto implica que la jerarquía que tenga en una sociedad la familia, la empresa, la colectividad local, la nación, la comunidad internacional, etc., estará dada no por el interés económico de la burguesía, sino por el Bien Común que nace del máximo valor, la solidaridad. De ahí que la honestidad y transparencia de la información también deben anteponerse a los intereses económicos, el respeto a la dignidad del otro a recibir la verdad como algo constitutivo de su dignidad (Falise, pág. 65)

### **2.3.2. CÓMO RECUPARAR LA COMUNIDAD FRENTE AL INDIVIDUALISMO**

“Solo Dios, por ser perfecto, puede gozar de una felicidad absoluta en su soledad, mientras que la debilidad del hombre es lo que le hace sociable; son nuestras comunes miserias las que inclinan nuestros corazones a la humanidad, comentaba Rousseau en el Emilio”. (Savater, 2000, pág. 89) Pero “el consumismo individualista del capitalismo prácticamente quiere hacerle creer al individuo que realmente consigue la felicidad absoluta al estar a la moda en el consumismo” (Cerezo, 2012).

Sin embargo, la cultura individualista en la que vivimos generada por la Modernidad ha producido y produce tal cúmulo de insatisfacciones, que los individuos están deseando integrarse en comunidades y corporaciones para recuperar su yo concreto. La cultura moderna habla de los hombres como sujetos de derechos y como sujetos de deberes, pero en este legítimo afán de estructurar y fundamentar los derechos de la persona, parece olvidar que los tales hombres no son cometas aislados que deambulan por el firmamento, sino seres pertenecientes a una familia, a una escuela, a un instituto, a una iglesia, a un barrio, a una comunidad concreta. Es ahí donde aprendimos los valores que después depuraremos y defenderemos y reaplicaremos. (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 83).

Este desamparo en que nos deja el individualismo moderno explica el incremento desmesurado de los casos de estrés, las crisis de sentido en la que caen muchos individuos, y por otro lado, la proliferación de las sectas en la que los individuos se sienten arropados por un grupo que les reconoce en su persona y valor.

Entonces, la empresa tendría la brillante oportunidad de ser la comunidad que dé a sus miembros un sentido, que les proponga una identidad, un sentido de pertenencia, unos valores compartidos, una tarea común. Para ello, debe el empresario lograr que todos los miembros de su empresa conjuguen el mismo verbo, de tal manera que se apropien del ser de la empresa para juntos luchar para conseguir los objetivos propuestos. Esta sería la ética comunitarista que ayude a dar el paso de la sola eficiencia descarnada a la confianza, de la cantidad a la calidad, del conflicto a la cooperación, del negocio salvaje a la responsabilidad. (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 84).

De esta forma los traspies de la empresa los empleados los asumirán con responsabilidad pero, los logros empresariales serán más disfrutados también por

el personal como exitosos objetivos cumplidos. Y la sociedad misma, como la gran familia podrá disfrutar de unos excelentes servicios prestados por un miembro suyo que sería la empresa. En esta misma línea deberán trabajar las autoridades de turno al dotar a la sociedad no solo de monumentales obras de cemento, sino y además de infraestructura donde se recupere la comunitariedad perdida.

La empresa, que es uno de los grupos humanos más importantes por su capacidad de generar riqueza, no es un espacio social cualquiera sino el espacio por antonomasia para ejercer las relaciones humanas que puede contribuir a la creación de una sociedad más justa. Es un espacio en donde, si bien es cierto todos están sometidos a un reglamento, éste está sometido a unas reglas de cooperación, que hacen posible la autorrealización personal en un clima de respeto mutuo donde se hallan delimitadas las responsabilidades que se comparten porque establecen un sistema de división y reparto de derechos y deberes, de beneficios y patrimonios, de responsabilidades y poderes, de ventajas y desventajas, de plusvalías y gravámenes. Esto supone el establecimiento de una referencia común que posibilita el ejercicio de la libertad personal y la armonización de las libertades comunitarias. Si todo se inspira en criterios de justicia, el proyecto de innovación se transforma en un proyecto de cooperación y un espacio comunitario privilegiado para la práctica de la justicia. (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 101).

Esto implica que todos los miembros de la comunidad empresarial deben estar dispuestos a compartir una serie de exigencias comunes que tienen la finalidad de integrar dos dimensiones básicas: la personal y la institucional. La segunda obviamente determina el empresario, pero de lo que se trata es de introducir la perspectiva de la persona como elemento necesario de la perspectiva de la institución. Esto implica, según el acertado análisis de Agustín Domingo:

- Detectar, denunciar y corregir las posibles desmesuras de la institución, que se traducen en considerar a las personas como números, elementos, funciones o factores.
- Desenmascarar las pretensiones indiscriminadas de sustituir a las personas por máquinas.
- Modificar la rutinización y anquilosamiento de las relaciones humanas cuando estas pierden vitalidad y frescura
- Introducir espacios para la comunicación informal, con el fin de mejorar el clima humano y el entorno laboral.

Por su parte el planteamiento institucional para garantizar y facilitar la cooperación, debe:

- Detectar, denunciar y corregir la intermitencia, la inconstancia y la variabilidad de las relaciones humanas.
- Establecer las garantías para que cada persona pueda desarrollar eficazmente sus tareas.
- Asignar el lugar y las funciones de cada persona según sus capacidades y disponibilidades.
- Adecuar espacios y tiempos para revisar el trabajo compartido con el fin de evaluar en qué medida aumenta la autoestima y la realización personal. (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 103).

Solo en la medida que tengamos en consideración esta complementariedad de perspectivas podremos hablar de un proyecto integral de empresa, y no de una imposición individualista por parte del directivo. Este modo comunitario de actuar será el que genere una cultura empresarial que supedite la racionalidad instrumental, estratégica y calculadora a la racionalidad cooperativa y comunicativa. Esta convergencia supone un modo concreto de responder a la voluntad de dominar cosas, a la naturaleza y a otros hombres.

La comunitariedad no es una suma de individualidades fragmentadas. De lo que se trata es de una verdadera integración que supere la mera coexistencia de los miembros de la empresa. De lo contrario, se daría ciertamente un paso importante al tener en cuenta en la mesa directiva el criterio de los empleados y clientes, pero no se llegaría a hablar de un proyecto integral de la empresa. Esto se logra únicamente aprendiendo a escuchar incluso a los trabajadores de los niveles más bajos; el proveedor más insignificante o el cliente más ingenuo tiene una palabra que aportar al proyecto común.

En esta misma línea es de extremada importancia la integración del empresario y sus colaboradores en las actividades comunitarias o de barrio, en agrupaciones profesionales o asociaciones. El progreso ético se notará en estos compromisos pues son altas las exigencias de valentía y desinterés. (Falise, págs. 106-108)

### **2.3.3. EL COMUNITARISMO A LARGO PLAZO**

La ética de corte capitalista se plantea obtener las máximas ganancias en el menor tiempo posible, negando por completo o hipotecando al menos el futuro y, con ello se dificulta por completo un trato con la ética, pues ésta necesita de un tiempo para crear una forma de vida, necesita proyectarse al futuro desde el presente y el pasado, necesita de sujetos o corporaciones que se sepan

responsables de tales proyectos y de sus realizaciones, necesita una finalidad que se inscribe en la cuenta de resultados, pero va más allá. Es como una solterona poco atractiva que no se presta para aventuras fugaces. (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 91).

Entonces si no hay prisa por reproducir el capital, hay tiempo para sustituir la obediencia por la responsabilidad, dinamizar los recursos creativos de todos los colaboradores, desarrollar la calidad de vida en el trabajo. La clave del éxito económico no está entonces en la explotación de la fuerza del trabajo y en la división mecánica de las tareas, sino en los programas de formación, en la asunción conjunta del destino colectivo. Esto exige proyectos de empresa en los que la cultura sustituye a la racionalidad tecnocrática, el diseño cualitativo a la eficiencia inmediata, la adhesión a la coerción, y la dinámica común depende de la participación de todos en el proyecto. Autoridad de animación en vez de autoridad disciplinaria; enriquecimiento de responsabilidades, delegación de poderes y desburocratización; actitud de escucha y diálogo; medidas de redistribución de beneficios, políticas de formación permanente del personal. (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 92).

Todo esto supone, entonces, desarrollar la capacidad creativa, entender que la finalidad real de la empresa consiste en innovar, en crear riqueza y que el beneficio es el medio, no el fin de la empresa.

Todo esto va configurando una identidad propia de la empresa que lo distinga de las otras. La guerra de los logos no es suficiente si tras del logotipo no hay una identidad que refleje el sentir de toda la empresa, de un colectivo responsable de atender a las necesidades del público de la forma más eficiente posible. Y que mejor si ese colectivo supera las expectativas morales de la sociedad circundante.

#### **2.3.4. OTRA FORMA DE ENTENDER Y CANALIZAR LAS GANANCIAS**

Bill Gates compró los apuntes originales de Leonardo De Vinci, el “Codex Leicester” en 30,8 millones de dólares. El magnate ruso Roman Abramovich llegó de paseo a New York en su yate de 1500 millones de dólares. Johnny Depp no se queda atrás con su pequeña isla personal en las Bahamas con 6 playas de arena blanca y valorada en 3,5 millones de dólares. Y bueno hasta cualquier pobre empresario puede pasar una noche en unas islas cercanas a Depp por solo 150 mil dólares (Style, 2011).

Pues así como citamos las extravagancias de los millonarios, está también el clásico ejemplo de J Paul Getty que, con una fortuna de más de 1000 millones amasada en su empresa petrolera Getty Oil, tenía instalados teléfonos monederos en su casa para evitar los llamados de favor de los invitados. También tenemos a Hetty Green, una de las mujeres más influyentes en Wall Street, que, luego de haber ganado más de 200 millones de dólares en la bolsa dejó que su hijo pierda una pierna pues consideró excesiva la tarifa por su curación, y ella misma terminó postrada en un silla por no costearse una operación (Taringa, 2008).

Por otra parte están los empresarios que luego de amasar inmensas fortunas intentan lavar sus conciencias dedicándose a realizar obras de caridad, como el caso palpable de Álvaro Noboa en nuestro medio que, ayuda a los pobres a través de la fundación Nueva Humanidad cuando sus empleados no tenían estabilidad laboral y evadía sus impuestos. (Telégrafo, 2013).

Sin caer en ninguno de estos extremos, el microempresario debe reinvertir las ganancias en su mismo negocio. Ahora bien, el buen empresario capitalista también reinvierte lo ganado en su negocio, ya sea en su misma área o se abre otros campos empresariales que le retribuyan a su vez más ganancias.

Sin embargo, la reinversión que hace el capitalista está claramente enfocada a la multiplicación del dinero, es decir a obtener más ganancias. Para ello, comprarán más y mejores maquinarias para optimizar el producto, invertirán en publicidad y marketing para incrementar las ventas, aumentarán sucursales con el fin de ampliar la gama de clientes. Por su parte también invertirán en cursos para que los empleados sean más eficientes y reporten mejores ingresos para la empresa.

Lo que planteamos entonces, en primer lugar no es eliminar la empresa con su evidente fin de lucro, sino aceptar que vivimos una época en la que la salvación de los hombres no puede esperarse únicamente de la sociedad como sugería la tradición rousseauiana, ni del estado como pretendía el socialismo real, ni por la conversión del corazón como pretendía cierta tradición kantiana, sino por la transformación de las organizaciones y más concretamente de las empresas (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 13).

Si en la visión radicalmente capitalista que analizamos más arriba, el objetivo central de una empresa era optimizar al máximo las ganancias a costa de la explotación a sí mismo, a la sociedad, a la competencia, a sus empleados y proveedores y a la naturaleza, planteamos entonces una transformación de la empresa para que ésta se convierta más bien en un motor de renovación social.

Manifestábamos que lo más ético es la reinversión de las ganancias en la misma empresa, pero eso hace también la empresa capitalista. La diferencia está en la visión de la reinversión. “No se trata de reinvertir solo en maquinaria e infraestructura que produzca más ganancias, sino que los proyectos organizativos deben contar con el recurso por excelencia: el recurso humano”. (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 16).

Una de las tareas más importantes del empresario consiste en optimizar el capital humano. Para ello toca necesariamente pasar de una ética de la sospecha a una ética de la confianza, de un trabajo en clave de fiscalización a uno en clave de optimización. No se trata de aplicar mil técnicas motivacionales, sino más bien de confianza, respeto y capacidad de escucha. En la medida de que un empresario necesite acudir más a la fuerza, a la coacción, a los reglamentos, su dirección será más despótica, es decir su autoridad será más administrativa.

Por tanto:

La meta de la actividad empresarial sería la satisfacción de las necesidades humanas a través de la puesta en marcha de un capital, del que es parte esencial el capital humano, es decir, las capacidades de cuantos cooperan en la empresa. Por ello las ganancias de la empresa deberían ir enfocadas a satisfacer esas necesidades y desarrollar al máximo las capacidades de sus colaboradores, metas ambas que no se podrán alcanzar si no es promocionando valores de libertad, igualdad y solidaridad, desde el modo específico en que la empresa puede y debe hacerlo. De ahí que tiene por valor irrenunciable la calidad de los productos, la honradez en el servicio, el mutuo respeto en las relaciones internas y externas de la empresa (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, pág. 43).

A esto se añade, como un eslabón importante en la construcción de una nueva visión empresarial, la preocupación por implementar nuevas estrategias en el negocio que impliquen producir el menor daño posible al medio ambiente. Entendido éste, ya no como el recurso a explotar para el enriquecimiento empresarial, sino como el lugar en donde se va a trabajar, la casa que cobija a la familia humana, la empresa, interesada plenamente en la construcción del buen vivir de toda la sociedad. La sincera preocupación medioambiental debe impactar, entonces, a todos los procesos, productos y servicios empresariales (Sánchez).

Concretamente la pequeña empresa, que es lo que más nos interesa, se encuentra más desesperada por obtener ganancias y está de hecho más tentada a sucumbir a prácticas que contrarían la ética que proponemos. Pero a partir del análisis expuesto, creemos que la única forma de que el pequeño empresario crezca es precisamente a partir de un comportamiento ético. De esta manera la empresa se convertirá en una verdadera familia donde él sea respetado y

estimado casi como un padre. Además, será la única forma de ganarse la confianza de la clientela, valor éste que es esencial para el mantenimiento y crecimiento de una pequeña empresa.

## **CAPÍTULO III ESTUDIO DE UN CASO**

Con el objetivo de que el presente trabajo no quede en una pura investigación teórica, vamos a continuación a plantear unas cuantas ideas en las que intentaremos poner en práctica la teoría desarrollada. Para ello, en primer lugar vamos a matizar algunas prácticas concretas de las pequeñas empresas que corresponderían a una ética de corte capitalista. Luego, de forma similar, trataremos de aplicar la ética humanista o comunitaria desarrollada más arriba a los pequeños negocios.

Esta aplicación lo vamos a realizar concretamente en la microempresa “Cópíame” que es la copiadora en donde trabajamos. Este es un pequeño negocio con 10 años en el mercado y con ocho personas que colaboran en calidad de empleados permanentes. Sus ventas anuales no superan y ni se acercan siquiera al límite establecido por el SRI para las pequeñas empresas no obligadas a llevar contabilidad, esto es, cien mil dólares. De tal manera que es un negocio apto para nuestro estudio.

### **3.1. UNA PEQUEÑA EMPRESA LLEVADA CON UNA ÉTICA CAPITALISTA**

Toda actividad humana tiene una motivación última que está detrás de tal accionar. Probablemente no está muy explícita o, al menos, el actor humano no está a cada instante parafraseando la razón por la que actúa de tal o cual manera. Sin embargo con mucha o poca reflexión se logrará en todos los casos detectar cuál es la razón para que alguien actúe de una manera y no de otra.

Por su puesto que en el actuar empresarial hay un motivo oculto por el cual el empresario se desvela en su diaria labor. En este trabajo nos hemos limitado únicamente a desvelar la ética que está detrás del actuar empresarial. Y en este campo nos hemos limitado a su vez también a analizar solamente dos posibles móviles que motivan al empresario en su diario accionar, a saber, la motivación capitalista y la humanista o comunitaria. El pequeño empresario por su parte no actúa des-motivado, sino que de la misma manera que el gran empresario, tiene sus razones para lanzarse al mundo de los negocios. Vamos a continuación a

encasillar también su accionar en las mismas dos vertientes que hemos estudiado, la capitalista y la humanista.

### **3.1.1. LA DESESPERACIÓN POR SALIR DE LA POBREZA COMO EJE DEL NEGOCIO.**

Muchos magnates dueños de inmensas fortunas han logrado llegar a ostentar tal posición económica gracias a que han tenido la suerte de nacer en familias adineradas. Es el caso de Álvaro Noboa, un conocido empresario de nuestro medio que obtuvo su fortuna gracias al trabajo de su padre y de dudosos juicios a sus hermanos por concepto de herencias. (Tenebroso, 2011). Como este caso hay miles de “los niños ricos hijos de papi” que sin el menor esfuerzo logran hacerse de cuantiosas fortunas y emporios empresariales.

No obstante hay también miles de casos de magnates en diversas áreas de la industria que iniciaron desde cero, sin ninguna ayuda de sus progenitores o familiares. Vamos a analizar solamente un caso, el de John Davison Rockefeller, que a finales del siglo antepasado tenía el control del 90% de la producción y refinación petrolera mundial, llegando a amasar una fortuna superior a los mil millones de dólares, cuando su padre apenas le prestó mil dólares y al 10% por ciento de interés (Jáuregui, 2011).

Empezó este hombre tal y como lo hacemos todos los pequeños comerciantes y emprendedores, con ningún capital, solamente con la ilusión por salir de la pobreza. Este hombre desde niño dio ya avisos de que tenía una natural inclinación por los negocios cuando pintaba minúsculas piedras para venderlos a sus compañeros y de este incipiente negocio obtener sus primeros 50 dólares que los guardó en su primera caja fuerte, como lo llamó posteriormente.

Como el objetivo de nuestro trabajo no es realizar una biografía de este señor, solamente vamos a analizar otro detalle de su vida empresarial. Cuando estaba ya monopolizando su producción y distribución petrolera, se enteró de que su socio comercial, Scott, quien transportaba su petróleo y productos refinados estaba construyendo un oleoducto que a la larga vendría a constituirse en una importante competencia para Rockefeller, éste no dudó en cerrar su propia fábrica donde construía el oleoducto Scott, con el único objetivo de quebrarle por el solo hecho de atreverse a intentar competir. Y efectivamente hizo quebrar su empresa de ferrocarriles. Este es solo uno de las cientos de actitudes que llevaron a Rockefeller a convertirse en un verdadero imperio petrolero pero gracias a comportamientos poco éticos o motivados por la ética capitalista de acumular y crecer a como dé lugar. (The History, 2013).

Este ejemplo que nos recuerda todo el análisis que hemos hecho más arriba sobre la ética que está detrás del capitalismo es completamente aplicable a un pequeño negocio como en nuestro caso de la copiadora.

Motivados por el principio de acumular, un pequeño negocio como el nuestro puede perfectamente desembocar en prácticas capitalistas que en principio se podrían considerar solo propias de los grandes magnates. O lo que es más peligroso, esta desesperación por sobrevivir del pequeño empresario podría ser fruto del aire consumista que promueve el capitalismo. Entonces, el pequeño empresario estaría motivado a trabajar con desesperación no para sobrevivir en último término, sino más bien para embarcarse en el tren del consumismo.

Serían por tanto al menos dos los móviles que podría mover el ímpetu emprendedor de nosotros como pequeños empresarios. Por un lado el ansia de tener dinero para consumir y por otro, la también copiada creencia de que, la felicidad está en el puro crecimiento económico. Con estos presupuestos el pequeño negocio entra directamente en la espiral capitalista de usar todo lo que está a su alrededor en función de estas premisas individualistas.

Así pues, todo se convierte en mercancía al servicio del crecimiento económico. En primer lugar los empleados pasan automáticamente a convertirse en “maquinas al servicio de” este objetivo siniestro. Por tratarse de un tema de crucial interés lo ampliaremos en el siguiente acápite.

La naturaleza viene a ser en esta visión una sierva al servicio del aunque incipiente, crecimiento económico. El pequeño negocio de fotocopiado, en nuestro caso, no tendrá ningún empacho al dejar su huella en la destrucción del entorno al consumir cientos de árboles para la elaboración del papel, al usar anticuados equipos que contaminan aún más la naturaleza y consumen más energía eléctrica, al deshacerse de los desechos tóxicos sin seguir las normas indicadas, etc.

El hecho de que Rockefeller tuvo por largos años litigios con el Estado por sus prácticas monopólicas nos llevan a recordar una realidad familiar en el ámbito de los pequeños negocios. Pues al tener como norte el dinero, el Estado se convierte automáticamente en un enemigo o en un obstáculo de este objetivo a alcanzar. El pequeño negocio al mirar todo desde el punto de vista de su supervivencia egoísta personal, no puede ver la necesidad de los demás. Es más, quiere que el Estado esté a su servicio y lo mire como a los otros indigentes que reciben el bono de desarrollo humano. Un pequeño negocio, al considerarse al filo de la supervivencia se va a mirar a sí mismo como un miembro del grupo de los

más desposeídos y se va negar por ello a que el Estado le esquilme sus escasos ingresos para con ello ayudar a otros más necesitados o para hacer obras que beneficien a toda la sociedad. Al auto emplearse, dar trabajo a varias personas y ser parte del motor económico de la sociedad y con ello quitarle un peso al Estado, el pequeño empresario no va entender por qué debe además someterse a un estricto régimen impositivo y reglamentario.

Recordando el hecho de que el magnate analizado empezó vendiendo piedras a sus compañeros, nos lleva a reflexionar el hecho de que los pequeños negocios no pocas veces ofrecen a la sociedad productos de poco valor o de mala calidad. Al considerar el enriquecimiento y el progreso como objetivo central de su vida, no es descabellado pensar que el cliente sea engañado también por los pequeños negocios. Una copiadora puede también ofrecer fotocopias de mala calidad que no resistan el paso del tiempo; puede reproducir cientos de fotocopias de un texto y venderlos como si fuese una editorial atentando así contra los derechos de autor; puede ser cómplice de los actos inmorales de los estudiantes al fotocopiar “los documentos de consulta” para ser utilizados astutamente en los exámenes sin que el profesor se dé cuenta; puede alterar documentos al cambiar fechas y nombres de los solicitantes con tal de obtener dinero; puede ofrecer sus servicios a precios irrisorios con el único objetivo de quebrar a sus competidores; puede retrasarse en los pagos a sus proveedores y hasta negar sus obligaciones con el fin de estafarlos. En fin, una copiadora, como cualquier negocio pequeño o grande puede estafar y atentar contra la sociedad si el móvil que impulsa su emprendimiento es la pura acumulación de dinero y poder.

### **3.1.2. RELACIÓN VERTICAL ENTRE DUEÑO Y EMPLEADO**

El pequeño empresario en esta visión capitalista, no obstante ser un hombre de pueblo y compartir más de una realidad con sus ayudantes tiende a sentirse por arte de magia como un ser superior a sus empleados. Intentaremos analizar a qué se debe esta realidad.

El objetivo del empresario en la cosmovisión capitalista ciertamente es el dinero y su acumulación. Sin embargo no podemos dejar de lado que hay otro ingrediente esencial en el espíritu emprendedor del empresario capitalista, a saber, el deseo de reconocimiento como un ser importante. (Artamonov).

Al ser antes el pequeño empresario un anónimo desconocido sin ningún porvenir ni futuro desterrado probablemente de las aulas y empresas, como analizamos más arriba, al verse de pronto rodeado de personal a su servicio, automáticamente se siente “realizado” y misteriosamente sube de nivel cual gran

empresario. Obnubilado por esta nueva realidad ve desde “arriba” a sus colaboradores.

Esta misteriosa experiencia lo hemos comprobado, al conversar con empleados de los vecinos negocios pequeños a propósito de la elaboración del presente trabajo. No será sino y a medida que el pequeño empresario crece que probablemente dé un vuelco en su relación con los empleados y deje esta relación tan vertical con ellos. Pero en general, comentan que los primeros años los noveles empresarios tienden a ser más verticales y autoritarios. Obviamente muchos pequeños empresarios permanecen con esta actitud propia del capitalismo salvaje.

Normalmente el empleado no es considerado como un ser humano por el empresario, sino más bien una máquina que hace un trabajo concreto. Entonces si la máquina empieza a fallar, simplemente hay que “overholarla”, es decir, reajustar y recalibrar todos sus componentes para que siga funcionando. De no dar los resultados esperados, sencillamente hay que darlo de baja y reemplazarlo por una nueva máquina más moderna, pues esto resulta más económico y productivo que mantener un anticuado instrumento. De la misma manera, si el empleado, luego de las respectivos llamados de atención y memorándums no cambia, pues, ni modo, hay que reemplazarlo. Así de fría y vertical es comúnmente la relación que se lleva con los empleados. Caso contrario, se mantiene un mal elemento que equivale exactamente a continuar con una máquina defectuosa que produce poco y se constituye en un dolor de cabeza para la empresa y le da una mala imagen a la misma, debido a los pésimos servicios que oferta. La relación jefe empleado, es una relación yo-ello, según el lenguaje de Buber, en donde el empleado no pasa de ser el ello, es decir una cosa. La relación es distante, parcial, fragmentaria, alienante. (Scribner's, 1970).

Por más que se intente considerar que el empleado es un ser humano y se le deberían por tanto “perdonar” sus errores, el microempresario no puede mantener ayudantes incompetentes pues sus exiguas ganancias no dan para sostener trabajadores que le generan pérdidas. Sin embargo, tampoco puede contratar experimentados ingenieros como las grandes empresas, pues su capital no lo permite. Se debate por tanto en la extraña encrucijada de sobre exigir a inexperimentados ayudantes por no poder contratar eficientes y más caros empleados. Hay que recalcar que esta sobre exigencia conlleva malos tratos y pésimas remuneraciones. Difícil romper este círculo vicioso.

A esto hay que agregar que generalmente los empleados de las pequeñas empresas son gente con no aplicó para las grandes cadenas comerciales dado que su carpeta no llenó los altos requerimientos de los agentes reclutadores de personal. Se supone por tanto que son personas con escasos conocimientos y

experiencia y que vienen de un estrato bajo. Automáticamente por tanto miran al pequeño empresario como “el jefe” que está más arriba en un estrato superior. Debido a esta concreta realidad se ha visto el abuso y el acoso de pequeños empresarios a sus colaboradores.

Por ello, serán mal vistos por estos empresarios los gobiernos que intenten recuperar la dignidad de la clase trabajadora. Por su parte los empleados que “ya se hayan emancipado” serán inmediatamente separados de estas pequeñas empresas aduciendo cualquier razón posible pues la única relación viable con sus empleados será la vertical.

Esto revela además otra triste realidad del capitalismo, a saber, como que es natural para su rica subsistencia que necesariamente deban existir a su vez pobres que alimenten su florecimiento. Así pues, el pequeño empresario capitalista verá como natural que el empleado sea pobre y obediente, que lo mire a él como a su patrón. De pronto esto refleja su propia realidad personal al ver el pequeño empresario como también patrón al gran empresario del primer mundo. Es decir, como el pequeño empresario capitalista se ve a sí mismo como vasallo del primer mundo, quiere a su vez verse a sí mismo como amo de sus empleados.

Esta realidad se plasma en los recortados sueldos que reciben generalmente los empleados de las pequeñas empresas capitalista; las innumerables multas y llamados de atención con las consiguientes faltas de respeto a su dignidad como personas; las incomprensiones habituales a la realidad personal del empleado cuando no rinden su trabajo; las evasiones en los aportes al IESS y demás conquistas laborales.

En definitiva, el pequeño empresario al no disponer de excesivas ganancias tiende a recortar sus egresos aplicando multas sin razón aparente a sus empleados. Serán estos por tanto con quienes primero se desquite por sus crisis de carácter económico y psicológico, pues, al no disponer la pequeña empresa del departamento de personal, es el mismo dueño el encargado de ver cómo disminuyen sus ingresos por concepto de pago de sueldos a sus colaboradores. Difícil le resultará imaginarse que con ello ayuda a personas concretas. Solo va a pensar que los empleados son una carga necesaria para el desenvolvimiento de su negocio dado de que no puede reemplazarlos por máquinas tal y como lo hace la gran industria.

A esto se añade la idiosincrasia del empleado de nuestro medio en concreto. Lamentablemente el pequeño empresario tiene que vivir a diario los atrasos, justificados o no, la desidia en la entrega del empleado a sus labores y las mil y una ingeniosas trampas que utiliza el empleado para su personal beneficio. Se llega por ello a prácticas extremas en muchas empresas que

atentan contra la dignidad del empleado, como por ejemplo la revisión frecuente de bolsos y maletas. Y en general, el trato diario devela la desconfianza que va acumulando el empleador a lo largo de sus anecdóticas experiencias con los empleados. Por ello las grandes cadenas tienen el infaltable supervisor que con ficha en mano va anotando las fallas y los aciertos para a fin de mes tramitar las sanciones o los premios respectivos. Los supervisores, por tanto, les ahorrarán así un gigantesco dolor de cabeza a los grandes empresarios.

Estas pérdidas por las acciones ingeniosas de ciertos empleados son tan comunes que las empresas deben destinar un porcentaje concreto cual si fuese un gasto natural en los insumos de la empresa. A esto se añade la práctica común en nuestro medio de que el empleado una vez que ha adquirido suficientes conocimientos se retira a ponerse su propia microempresa llevándose muchas veces los clientes de la empresa en la que laboraba, mediante los ofrecimientos de mejoras en sus productos y servicios.

### **3.1.3. EL VACÍO EXISTENCIAL DEL PEQUEÑO EMPRESARIO**

En todo caso, la ética del empresario capitalista que puede perfectamente ser copiada en pequeño por el pequeño emprendedor en nuestro medio no alcanza a llenar las expectativas existenciales del empresario como ser humano.

De esta forma vemos cómo los grandes magnates luego de amasar cuantiosas fortunas llegan a donar increíbles sumas de dinero. Es incomprensible cómo en su activa vida empresarial se podían hasta morir por pérdidas minúsculas y, luego se les ve de filántropos con enormes cantidades de dinero en ayuda humanitaria. 28 mil millones de dólares lleva ya en donaciones Bill Gates y Rockefeller inundó de bibliotecas el mundo y más de 550 millones destinó en su tiempo a sus fundaciones humanitarias (CHW, s.f.). Y Carnegie llegó a afirmar que cada empresario debía de tener una etapa segunda en su vida personal donando todo lo que había amasado en la etapa empresarial de su vida.

Ciertamente Rockefeller dio un vuelco a su forma de ver la vida luego de que el médico le aconsejó retirarse parcialmente de sus empresas para recuperar su salud. Cambió más aún cuando un viejo amigo y antiguo contrincante empresarial falleció y fue anecdótico que junto a su otrora enemigo Carnegie reflexionaban sobre la razón misma de sus vidas. Es verdad que las fundaciones de los millonarios sirven además como cortina de sus evasiones tributarias, sin embargo dejan mucho que desear sobre la felicidad que alcanzaron en sus vidas y el vacío que les dejó la cuantiosa riqueza alcanzada.

Es evidente que en sus años dorados empresariales, el dinero llenó los vacíos que les habían dejado las exiguas relaciones sociales verdaderas y profundas, pues todas sus relaciones eran económicas. Así, cuando su amigo Scott construyó un oleoducto para transportar el petróleo de Rockefeller a su fábrica en Visconti, éste prefirió cerrar su propia fábrica con el único objetivo de quebrar a su amigo entre comillas que se atrevió a hacerle la competencia construyendo oleoductos, cuando su área eran solo los ferrocarriles. (The History, 2013).

Esto trasladado al pequeño empresario capitalista de nuestro medio se multiplica increíblemente. En nuestro trabajo analizamos el altísimo costo que tiene que pagar la vida familiar y la relación con nuestros hijos por dedicarnos por completo al trabajo, por lo general más de 14 horas al día. Todo pequeño empresario capitalista se encuentra a veces con la extraña interrogante de preguntarse si al final valió la pena tantos años con sus fines de semana incluidos dedicados a su empresa y descuidando a su familia y a sí mismo. Ciertamente logró reunir unos cuantos dólares, pero, el momento en que quiera disfrutar de los sanos placeres que da la vida, probablemente sea demasiado tarde. (Savater, 2000, págs. 140-148).

Por otro lado, el reconocimiento que obtiene de sus ayudantes es falso, pues ya decía el filósofo (Hegel), el reconocimiento para que sea tal, debe ser realizado por personas iguales y no por esclavos. El reconocimiento de un esclavo sencillamente no sirve. Entonces la posible veneración que recibe el pequeño empresario capitalista por parte de sus empleados es absolutamente falsa y vacía. Por motivo de este trabajo hemos conversado con empleados de pequeñas empresas y es triste escuchar los denigrantes epítetos con los que se refieren a sus empleadores. Por ello no es extraño leer la amargura que brota del pequeño empresario capitalista al quejarse de su distancia infinita con el gran empresario, al quejarse de la persecución estatal por motivo de los tributos y al quejarse de la pésima relación que lleva con sus empleados. Llegando así al estadio completamente opuesto a la recompensa más alta que podemos obtener luego de un arduo esfuerzo. Pues, al contrario, es la alegría, entendido como un sí espontáneo a la vida, la mejor recompensa a una vida llena de sacrificios. (Savater, 2000, págs. 144-147).

### **3.2. UNA PEQUEÑA EMPRESA LLEVADA CON UNA ETICA HUMANISTA O COMUNITARIA**

Intentamos bosquejar a continuación los rasgos que deberían caracterizar a una pequeña empresa movida no por el afán de lucrar como en el mundo

capitalista que acabamos de analizar, sino más bien, movida por el afán de realizarse como empresa servidora de una comunidad concreta.

Como nos había orientado más arriba Adela Cortina al subrayar que la realización misma del ser humano depende de forma esencial de su relación con los demás en una comunidad, la pequeña empresa vendría en este sentido a constituirse en una pieza clave en el bienestar de la comunidad. La razón de ser de la empresa, entonces, no es la de enriquecer al empresario sino a la comunidad.

### **3.2.1. EL BIENESTAR DE LA COMUIDAD COMO NORTE DEL NEGOCIO**

Cambia entonces radicalmente la perspectiva de la empresa. La comunidad en esta nueva visión tiene por tanto un arbitraje sobre las acciones de la empresa. La comunidad, como dueña y ejecutora de su destino, debe ver a las empresas como colaboradoras de sus objetivos. El Estado entonces, como ejecutor de la voluntad de la comunidad tendría, por tanto, un papel más activo en el desarrollo empresarial de un país. No sería ya como en el sueño capitalista aquel que “deje hacer” y en donde el empresario tendría la libertad absoluta de velar por su enriquecimiento personal sin límite, sin importar en absoluto si con ello la comunidad crece o no en sus metas e ilusiones. “La comunidad, otrora reducida a una mera amorfa masa consumista, tiene ahora el control sobre su destino”. (Correa, Ecuador: de banana republic a la no república, 2011, pág. 143).

En este ambiente, la empresa ciertamente ve recortada sus alas, sin embargo, las cuantiosas obras filantrópicas de los grandes magantes confirman la sinrazón del sistema capitalista ávido de acumulación. Cómo se entiende a estos empresarios capitalistas que por un lado desangran a la comunidad y a sus colaboradores para engrosar sus cuentas bancarias y luego, como un acto de vano arrepentimiento, intentan “devolver” unas migajas a la comunidad a la que le explotaron. (Echeverría, 2013).

Mejor será entonces, que los empresarios crezcan conjuntamente con la comunidad y no tengan luego el remordimiento de tener que “devolver” la “explotación que se le fue de las manos”. Ahí se entiende un rol planificador del Estado que velando por el bien común reorienta la actividad empresarial a grande y pequeña escala.

La empresa tiene cabida ciertamente en este nuevo panorama, pero requiere un cambio radical en la orientación de la filosofía del empresario. Su objetivo ya no es la acumulación de capital sino el crecimiento conjunto con la

comunidad. Incluso el pequeño empresario que pensaba que todo le estaba permitido con tal de sobrevivir en este competitivo mundo globalizado, debe reorientar completamente la razón misma de su existencia. Él también es parte de la comunidad. La realización de la comunidad es su realización y viceversa. No está ya para aprovechándose de la comunidad alcanzar sus fines egoístas, sino para servir a la comunidad y más que eso. Pues la empresa capitalista está creada también para ofrecer bienes y servicios. Está para caminar junto a la comunidad, la misma que se constituye como tal por su naturaleza de defender los derechos de todos y cada uno de sus miembros, en lo que se refiere a sus libertad, creatividad, solidaridad, verdad y justicia. (Falise, págs. 62-69).

Es demasiado profunda la teoría de Adela Cortina expuesta más arriba cuando afirma que el ser humano se realiza y se redescubre a sí mismo únicamente en la relación con la comunidad. El pequeño empresario que antes se planteaba la realización de sus objetivos personales al margen de la sociedad y a pesar de ella, debe ahora redescubrir sus metas mirándose a sí mismo como parte del paisaje que pretende pintar.

Si antes le estaban permitidas todas las posibles iniciativas micro empresariales, ahora debe mirar qué es lo que le conviene a la comunidad. Aparentemente esto se presentaría como una exagerada filantropía empresarial desinteresada, pero no es así, pues de la misma manera como el empresario se siente parte de la comunidad, ésta a su vez debe al empresario como parte de sí misma. Entonces la debacle empresarial tampoco le conviene al crecimiento de la comunidad, por tanto, ella no va a velar por la destrucción de la empresa, sino únicamente por su reorientación. A la comunidad le va a interesar que haya diversidad micro empresarial y empresarial pero que velen no por su enriquecimiento personal sino por el de la comunidad toda. (Falise, pág. 72).

Este ambiente teórico obviamente tendrá que canalizar en acciones concretas las directrices estatales y las comunidades mismas exigiendo a las empresas un comportamiento ético acorde con lo expuesto en calidad de clientes. Además, el mismo empresario, en esta nueva óptica debe ir más allá de las restricciones y limitantes legales. Debe actuar en bien de la comunidad sin esperar las sanciones legales. Así pues, y aterrizando en nuestro pequeño negocio, la esmerada buena atención al cliente (representante de la comunidad) debe darse no porque ninguna ley lo diga, sino por esta nueva perspectiva. El servicio de fotocopiado se lo miraría entonces como un trabajo que la comunidad estudiantil requiere y nuestra microempresa esta presta a ofrecer ese servicio. Y el crecimiento micro empresarial se impulsa no por el deseo de enriquecerse el microempresario, sino por el aumento de servicios al estudiante en su formación como tal.

De ahí que no está por demás insistir en que no sería loable ofrecerse al estudiante servicios degenerativos porque la ley lo impide, sino más bien por una conciencia de que el actuar micro empresarial está orientado a colaborar con la formación del estudiante como parte vital de la comunidad toda.

Por su parte, las ganancias del micro negocio, si bien es cierto no van a ser cuantiosas como las de las grandes cadenas internacionales, qué mejor que sean reinvertidas en la misma comunidad. Ya sea como aumento de servicios a la comunidad, en cuyo caso sería licito el progreso de la microempresa. A su vez el microempresario debe gastar sus ganancias personales en la misma comunidad. Esto que parece obvio pues las ganancias micro empresariales no son cuantiosas, sin embargo el microempresario capitalista puede gastar sus ganancias de muy mala gana en la comunidad patria, deseando hacerlo más bien en el imperio cual gran empresario capitalista.

Será el microempresario con esta nueva perspectiva, entonces, el primer llamado a consumir con gusto primero lo nuestro pues, de esta forma colabora con la comunidad y con otros microempresarios que igualmente son partes pequeñas de su comunidad.

### **3.2.2. EL BUEN AMBIENTE DE TRABAJO**

El microempresario capitalista preocupado porque su negocio prospere no logra disfrutar el día a día en su trabajo pues la tensión por las posibles pérdidas le agobia. Al poner el dinero como la meta fundamental de su trabajo y de su vida misma, no logra ver más allá de ese limitado fin. Al girar su vida en relación a ese concreto objetivo no valora ni disfruta de su entorno y de otras mil posibilidades que le ofrece la vida.

El ambiente de trabajo por tanto, es demasiado tenso, pues, si un día fue bueno en ventas, el microempresario va inmediatamente a pensar que aquello apenas compensa los días malos que tuvo o que va a tener; ni qué decir si un día fue malo en ventas. Esto obliga a que el microempresario esté atento al dinero que deja el cliente, al dinero que produce el empleado, al dinero que tiene que pagar a los proveedores, al dinero que tiene que pagar al dueño de casa y al dinero que tiene que pagar por concepto de impuestos. Y con ello se olvida que existe un cliente, un empleado, un proveedor, un dueño de casa y una comunidad que exige impuestos.

La exclusiva perspectiva económica del microempresario le está privando de una y mil formas de disfrutar la vida, incluso en su propio negocio. Si la

perspectiva es otra, por ejemplo como la que analizamos, a saber el bienestar de la comunidad, el asunto cambia. Si un día no hay muchas ventas, por qué no jugar un cuarenta con los empleados, por qué no decorar el local para hacerlo más atractivo, por qué no pasar un rato en una amena conversa con algún cliente, por qué no visitar al dueño de casa. Todo y mucho mas se podría hacer y disfrutarlo si el objetivo primario no fueran las exclusivas ganancias. Y solo así el ambiente de trabajo podría mejorar.

Si el microempresario pasa prácticamente su vida entera metido en su pequeño negocio, por qué no mejorar el nivel satisfactorio diario de vida. Desde la misma Norteamérica se escuchan voces como la de Hunter "Patch" Adams que culpan a este sistema por la infelicidad de las personas. Pues, los seres humanos ataviados en la desesperación por conseguir bienes materiales descuidan algo tan fundamental como los momentos amenos con los amigos. Critica la actual reforma sanitaria de Obama que permite un sistema de salud 5 estrellas para los ricos y apenas un mínimo de salud para el pueblo. Se sobreentiende así que el común de los mortales nació exclusivamente para trabajar (Adams, 2013).

El ambiente de trabajo por tanto será más humano solo una vez que el microempresario anteponga la realización suya como ser humano y no como un ente rico. Solo ahí podrá encontrar al ser humano que está detrás del empleado, del cliente, del proveedor. Entonces, si descubre que sus empleados no son máquinas de producir dinero va a tratarles de una forma radicalmente diferente y va a tener que plantearse obligatoriamente una forma de convivencia distinta. Una vez que su mirada hacia ellos cambie va surgir un aire familiar, amistoso, comunitario, de camaradería en donde todos se sientan que reman para un mismo horizonte, mirando el trabajo no como una rutina esclavizante y obligatoria, sino como el lugar de realización personal.

De esta manera, el lugar de trabajo se convierte en la casa a donde todos anhelan llegar. Esto no significa una renuncia a la disciplina, al orden y al cumplimiento de unas normas internas, sino simplemente que todos los reglamentos y objetivos están al servicio del hombre y no de la acumulación del capital. El progreso de la empresa debe darse y contemplarse, pero no al margen de la realización de todos los involucrados. Así tendremos, clientes satisfechos por el buen servicio de la empresa; empleados no solo justamente remunerados, sino fundamentalmente tratados y considerados como personas, y la presencia de la pequeña empresa se considerará como algo importante y necesario en el barrio.

### 3.2.3. RELACIÓN HORIZONTAL DUEÑO-EMPLEADO

Nos hemos topado en la tv con una serie titulada “El Jefe encubierto” que lo transmite el Canal Utilísima. El guión de este curioso programa consiste en el que el propietario de la empresa se hace pasar como un ciudadano común y corriente que presenta carpeta en su propia empresa. Obviamente, para ello se disfraza de tal manera que nadie lo reconozca. Una vez que su carpeta ha sido “aprobada” ingresa cual aprendiz como ayudante en una de las áreas a la que aplicó. Luego de una semana finge retirarse e ingresa carpeta en otra área de trabajo, incluidos los departamentos más “bajos” como limpieza, mantenimiento, venta, distribución, etc., debidamente disfrazado para que nadie lo reconozca. Y así pasa laborando en todas las áreas de su propia empresa en calidad de incógnito empleado. (Utilísima, 2013).

De esta forma, sufre en carne propia los malos tratos que reciben los empleados por parte de sus jefes. Vive por sí mismo el tétrico ambiente de trabajo en el que es considerado como una verdadera máquina de producción, con apenas minutos para el refrigerio, tal y como lo haría un auto para repostar gasolina. Pasa horas y horas de monótona y rutinaria actividad tal y como fuera un robot sin posibilidad alguna de cambiar de función so pena de recibir fuertes sanciones. Escucha de primera fuente los denigrantes criterios que tienen los trabajadores sobre sus haraganes jefes que les explotan y exigen al máximo. Comparte las tristes realidades personales de madres solteras que luego de las extenuantes horas de trabajo deben ir a atender a sus hijos, muchos de ellos hasta minusválidos. Ve de cerca las peripecias que deben hacer los empleados para subsistir con el mísero sueldo. Comparte el trabajo con compañeros que acuden a su puesto sin haberse recuperado plenamente de una dolencia por la que según el jefe no ameritaban más días de descanso. Percibe además, con sorpresa y satisfacción, la gratitud que tienen los clientes con el empleado luego de un buen trabajo realizado. Finalmente, con algunos de los empleados, le obliga el libreto, incluso a conocer y compartir un día con la familia del supuesto compañero de trabajo. De esta forma, aprende a considerar los intereses del otro como si fuesen suyos, y los suyos como si fuesen del otro. Toda esta experiencia le capacita al jefe encubierto a practicar lo que tradicionalmente se llamaba la virtud de la justicia. (Savater, 2000, págs. 159-161)

El programa de tv, citado y analizado, a pesar de haber sido realizado en multinacionales en donde miles de empleados apenas si han visto a su jefe por internet, nos ha servido en gran medida. Pues, podría pensarse que el

microempresario al estar presente a diario con sus ayudantes los conoce y comprende más que nadie. Lamentablemente no siempre sucede aquello. Muchas de las excusas por el mal rendimiento del ayudante es atribuido de inmediato por el jefe a la holgazanería, a la mediocridad, a la falta de entrega, a la viveza del empleado. Normalmente, a no ser que la calamidad sea tan evidente, el jefe nunca cree las excusas que interpone el empleado para justificar sus atrasos, faltas o mal rendimiento.

De nuestra investigación hemos deducido que la mayoría de jefes de los micro negocios escoge su personal entre estudiantes de provincia que truncaron su carrera por diversos motivos. Muy pocos son los que conocen la situación y familia del ayudante.

Por ello, que el jefe, en esta nueva propuesta, debe ser un empleado más del micro negocio, un compañero de farra, una persona que borre su propia autoridad y permita que cada quien haga lo que le venga en gana, de tal manera que si sobrevive la empresa bien, y si no, ni modo, la pasó bien y vivió una enriquecedora experiencia.... No de ninguna manera.

Simplemente lo que queremos decir es que el jefe debe ponerse en los zapatos del ayudante, pero no dentro de la empresa, sino en la puerta, antes de entrar, de tal manera que lo reemplace imaginariamente, es decir, se ponga en su lugar con todo lo que ello implica: imaginar su formación intelectual, su carácter, su cultura, sus problemas familiares y finalmente el trabajo concreto que debe realizar. Solo así podrá comprender mejor el por qué el empleado labora de esa manera y no de otra.

Probablemente tendrá que despedir a un ayudante que vea la imposibilidad de adaptarse a las exigencias del pequeño negocio. Sin embargo estará en capacidad de empujar, de alzar a su grupo en la dirección que él desea. Seguirá y deberá seguir siendo el líder de la empresa, pero el despotismo del jefe capitalista que mira por sí y para sí se alejará. En este sentido la autoridad no es una capacidad coactiva, sino una capacidad directiva que posibilita el crecimiento cooperativo y el cumplimiento de los objetivos marcados.

Auctoritas es un sustantivo que viene de supino autum del verbo augeo, de donde viene auge y aumar. Es decir, la autoridad se produce cuando el otro recibe el aumamiento de uno. En este sentido tiene más autoridad quien más a disposición está de los demás, quien más le sirve. El autoritarismo crea descontento que frecuentemente no sale a la superficie provocando agresividad y malestar; genera dependencia y desfavorece la individuación y personalización. No solo es más deseable un liderazgo democrático, sino que puede ser también más eficaz. (Cortina & Domingo, *Ética de la Empresa*, 1998, págs. 111-113)

### **3.2.4. LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE COMO REALIZACIÓN EMPRESARIAL DEL PEQUEÑO NEGOCIO**

Con esta nueva visión, opuesta al enriquecimiento individual sin límite que propone el capitalismo, se podría pensar que se inaugura un extraño altruismo empresarial, un franciscanismo capitalista que cubra las necesidades básicas del pequeño negocio, incluidos jefes y ayudantes, y el resto del esfuerzo empresarial se redirija a la sociedad.

En cierta manera puede ser, pero de lo que se trata es que aquello de contar el dinero ganado frente al espejo no constituye ninguna aproximación a la tan ansiada felicidad. El hombre, habíamos dicho más arriba, se realiza como tal únicamente en su relación con otros seres humanos. Y es evidente que cuando el empresario elige el dinero en lugar de las personas definitivamente se aísla. Un experimento demostró que cuando se somete a las personas a trabajar exclusivamente en pos del dinero o convencidos que son multimillonarios, las personas se vuelven más propensas a ignorar a los necesitados. Los estudiantes sometidos al experimento llegaron incluso a separar sus sillas de aula de sus compañeros más próximos, y no tenían remordimiento alguno de “aplstar” a sus compañeros con tal de ganar más dinero en el juego. (Infobae, 2006).

Se dieron cuenta en este experimento que los niveles de testosterona se habían elevado considerablemente, al mismo tiempo que demostraban más avaricia, codicia y envidia. Ni se inmutaron cuando les pusieron videos de gente sufriendo de enfermedades terminales. No así, en otro experimento, con estudiantes sometidos a otro tipo de juegos no competitivos, con los videos expuestos, los niveles de testosterona bajaron y subieron los niveles de oxitosina. En este caso, se mostraron más compasivos, caritativos, dispuestos a ayudar; incluso se ofrecieron a trabajar con sus compañeros y en equipo en favor de los necesitados. (Infobae, 2006).

Lo que necesita nuestro medio, por lo tanto, es que el empresario cambie el móvil de su actuar capitalista competitivo, por una motivación distinta. Planteamos en este capítulo que lo que oriente el vivir del empresario sea la satisfacción y realización del otro, en su caso, el empleado y particularmente el cliente. El cliente a su vez, tampoco es un ser individuado, aislado, solitario que de pronto apareció en el horizonte. Es un individuo que a su vez es parte de un grupo. En nuestro caso, es parte de una comunidad estudiantil. Entonces el

objetivo, la razón de ser el empresario que ofrece servicios para estudiantes, no puede ser otro que la satisfacción, el crecimiento, el desarrollo de este grupo en concreto.

La realización del empresario, en nuestro caso, debe radicar entonces en el aporte que realiza con su trabajo para la formación de los futuros profesionales. Se constituye de esta manera en un ser humano más comprometido con la construcción de un mundo mejor.

En el programa que habíamos analizado más arriba notábamos cómo logró disfrutar el jefe encubierto de los agradecimientos afectuosos de los clientes satisfechos, cosa que él jamás había experimentado en su vida. El microempresario, por su parte, tiene la posibilidad de tener esta experiencia humanizante y humanizadora prácticamente todos los días en su pequeño negocio. Más allá de las merecidas ganancias económicas a las que deba aspirar todo negocio, es esta relación humana con el cliente la que llena más el ansia de felicidad y realización personal a la que aspira con derecho el pequeño empresario.

Por tanto, el cliente ya no será más aquel objeto lleno de dinero y ávido de consumo al que hay que cautivarlo de cualquier forma para que se convierta en el consumidor, eje central del sistema capitalista, sino el sujeto que aspira a su realización con la ayuda del pequeño empresario.

Mal hace por tanto el microempresario que, en razón del crecimiento de su pequeño negocio, se aleja del trato diario con los clientes, para instalarse en la típica oficina del jefe. Su impecable traje inglés y su colonia francesa probablemente alejen a sus colaboradores y distancie a los clientes de un pequeño negocio y, le distancie a él mismo de la esencia de ser humano.

### **3.3. UNA PEQUEÑA EMPRESA EN EL MARCO DE LOS PRINCIPIOS ESTABLECIDOS EN EL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-20017**

El Plan Nacional del Buen Vivir se ha constituido en una alternativa práctica y concreta a la política neoliberal que hemos vivido. Frente a la desesperada búsqueda de la opulencia y el crecimiento económico al infinito que propone el capitalismo y que ha desembocado en las terribles desigualdades analizadas a lo largo del trabajo, el Buen Vivir viene a ser más bien una forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y

ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. (Secretaría Nacional, 2013, pág. 13). Esto en contraposición al neoliberalismo en donde, precisamente desde la crisis del 2009 en EEUU, los multimillonarios han duplicado su fortuna de 3,1 billones a 6,5 billones de dólares (Ecuavisa, 2013).

El hilo conductor de este Plan no es el capital sino el ser humano, por ello su política está enfocada a pagar la deuda social y no la deuda externa. En lugar de aplicarse a guardar reservas para el pago de obligaciones económicas internacionales, se propone realizar una inmensa obra pública para que el pueblo pueda desarrollar plenamente sus capacidades y tenga un mejor nivel de vida, privilegio que antes tenía solo la burguesía. (Secretaría Nacional, 2013, pág. 16).

Los ejes sobre los que se asienta el Plan son básicamente: la equidad, que es un imperativo moral para erradicar la pobreza; la revolución cultural, que genera nuevos conceptos y valores ciudadanos para construir una sociedad crítica, emprendedora, creativa, solidaria y con una enorme autoestima; el ordenamiento territorial para incluir a los sectores más olvidados; la revolución agraria que busca redistribuir la tierra, fomento al crédito, asistencia técnica y comercio justo; la revolución del conocimiento que propone la innovación, la ciencia y la tecnología como fundamentos para el cambio de la matriz productiva, concebida como una forma distinta de producir y consumir, para no depender de los recursos limitados sino de los recursos ilimitados como son la ciencia y la tecnología; la excelencia, que es el principio rector del socialismo, para con todos ellos emprender procesos eficientes para cambiar las estructuras de poder. (Secretaría Nacional, 2013, pág. 19).

Vamos ahora a intentar que nuestro pequeño negocio se rijan por los principios del Plan Nacional del Buen Vivir.

### **3.3.1. UNA SOCIEDAD RADICALMENTE JUSTA**

#### **3.3.1.1. Justicia social y económica.**

En una sociedad justa, todas y cada una de las personas gozan del mismo acceso a los medios materiales, sociales y culturales necesarios para llevar una vida satisfactoria. Salud, educación y trabajo son las bases primordiales de la justicia social. Con ello todos podrán realizarse como seres humanos y reconocerse como iguales en sus relaciones sociales. (Secretaría Nacional, 2013, pág. 24).

Esto implica que nuestra Copiadora tiene las mismas posibilidades que las empresas grandes de ofrecer sus servicios a la colectividad. El Estado debe apoyar con orientación y crédito para que los pequeños emprendimientos puedan desarrollar sus iniciativas.

Por otra parte, al interior del pequeño negocio, el jefe y su familia, tienen derecho a llevar una vida satisfactoria. Esto implica que tienen derecho a unas justas ganancias y que además deben darse tiempo para llevar una vida social y acceder a actos culturales y deportivos que ofrece el Plan del Buen Vivir. Que mejor si estas actividades lo realizan con sus empleados también poniendo en práctica la relación horizontal de la que hablábamos más arriba.

Debe además, cumplir al menos con las disposiciones mínimas en cuanto a salarios y bonificaciones a sus empleados. También, debe coordinar el tiempo en el pequeño negocio para que sus colaboradores tengan el suficiente tiempo para ingerir sus alimentos a las horas adecuadas. Debe motivarles para que ingresen a los cursos que ofrece el Secap y, en caso de que las condiciones económicas del negocio lo permitan costearles los cursos necesarios que irán en beneficio de toda la empresa. Por otra parte, debe coordinar con los bomberos para que las condiciones higiénicas y de seguridad no atenten a la salud de sus empleados. A sí mismo, debe permitir que sus ayudantes asistan a las citas médicas necesarias para que su salud esté en las mejores condiciones. Todo esto en un ambiente de sana igualdad de tal manera que el empleado no se sienta inferior, con baja autoestima o desmotivado por su condición de empleado en relación al jefe o en relación a los empleados de mayor rango en la empresa.

### **3.3.1.2. Justicia democrática participativa.**

En una sociedad políticamente justa, toda la ciudadanía debe contar con el mismo poder para participar en el control colectivo de las decisiones políticas que afecten a su destino común. (Secretaría Nacional, 2013, pág. 24).

Esto aplicado a la Copiadora significa que las opiniones de los empleados deben ser tomadas muy en serio pues, al estar ellos en el trato diario con clientes y maquinaria, sus sugerencias son frutos de la experiencia. Por tanto, la empresa puede mejorar significativamente porque los cambios servirán para subsanar los problemas que reporten los empleados en su diario vivir en la empresa. Esto contrasta obviamente con políticas verticales que salgan de la gerencia, luego de puros y simples análisis teóricos. Tampoco se trata de hacer todo lo que digan los

empleados, pues ellos llevarán el agua a su molino como dice el dicho, sino de tomar en cuenta el criterio de los trabajadores sumado a la política propia de la empresa para la toma de decisiones que vayan en favor de la colectividad empresarial. Los intereses y sugerencias de los clientes se canalizarán mediante los tradicionales buzones de sugerencias; más las críticas recibidas por los empleados, junto a las políticas municipales y estatales, se construirán lineamientos que velen por el interés de la sociedad toda.

#### **3.3.1.3. Justicia intergeneracional.**

Marca la responsabilidad que debemos asumir en el presente, sobre todo con respecto a los cambios ambientales y sociales que podemos ocasionar por el inadecuado uso de los recursos naturales y por otras decisiones que pongan en riesgo las bases biofísicas de nuestra reproducción. (Secretaría Nacional, 2013, pág. 24).

La copiadora al usar papel y tinta se va directamente en contra de la naturaleza pues se sirve de la tala de árboles y el consumo de los productos del petróleo. Por ello nos hemos visto obligados a usar una nueva opción de papel elaborada a base de la caña de azúcar producida de manera sustentable. En cuanto a la maquinaria se va a ir modernizando el equipo de tal manera que se llegue a trabajar con copiadoras más modernas que ahorran energía e insumos, de tal manera de reducir el impacto ambiental.

Por otro lado se piensa a futuro ampliar los servicios digitales de tal manera que la copia en papel se convierta en un negocio marginal. Además para la compra de equipos nuevos se va a tener el cuidado de que los mismos no afecten la salud reproductiva de los empleados, pues la radiación de las máquinas antiguas tenían ciertos riesgos para la salud.

#### **3.3.1.4. Justicia transnacional.**

La patria soberana debe relacionarse con otros pueblos en plano de igualdad y complementariedad con el horizonte puesto en la generación de un buen Vivir Mundial. (Secretaría Nacional, 2013, pág. 25)

Un negocio pequeño por su naturaleza no va a relacionarse con otros países, sin embargo, puede exigir respeto y políticas antimonopólicas por parte de las transnacionales que operan en el suelo patrio. Además debe apoyar las

políticas anti tratados de libre comercio, pues afectan a sus pequeñas empresas connacionales que se dedican a la producción.

Por otra parte, la idea de relacionarse en un plano de igualdad y complementariedad, sirve para que la copiadora trate con su competencia en un ambiente sano que no llegue a conseguir acuerdos que perjudiquen a la clientela, pero que tampoco se mantengan en una guerra autodestructiva de precios bajos aunque esto beneficie al consumidor.

### **3.3.2. UNA SOCIEDAD CON TRABAJO Y TIEMPO CREATIVO**

Con ello se trata de reducir la presión en el trabajo, sin descartar que se trata también de un espacio para el desarrollo de las facultades humanas en beneficio de otras dimensiones de la existencia social: el ocio creador, el arte, el erotismo, el deporte, la participación democrática, la celebración festiva, el cuidado de las personas y de la naturaleza y la participación en actividades comunitarias. (Secretaría Nacional, 2013, pág. 25).

Esto implica que en la Copiadora no debe haber trato desigual en el ámbito económico ni en el afectivo. La empresa debe además procurar que el empleado no trabaje a excesiva presión las 8 horas diarias, los 365 días del año, cual si fuera una máquina. El pequeño negocio, aunque no tenga un gran capital y excesivas ganancias como para costearles un paseo a Disney, debe recordar de una manera sencilla los onomásticos, organizar campeonatos o mañanas deportivas, motivarles para que decoren el local por motivos de fiestas nacionales. Debe incentivarles para que la empresa toda participe en mingas o actividades que organice el barrio y, como empresa, visitar barrios populares para colaborar en eventos concretos. Todas estas actividades irán de acuerdo al limitado presupuesto de la Copiadora, sin embargo, pueden asociarse con los negocios vecinos o solicitar ayuda estatal o privada para ciertos fines sociales.

Esto con el fin de que todos los miembros de la copiadora no se sientan unas máquinas de trabajo, sino unos seres humanos que además de trabajar por un salario que les permita vivir, se sientan personas que se desarrollan como tales, no al salir del trabajo, sino precisamente todos los días en el ambiente laboral.

### **3.3.3. SOCIEDAD IGUALITARIA Y EQUITATIVA**

La igualdad es la condición para el mutuo reconocimiento de todos y todas. Hay que eliminar privilegios, jerarquías y formas de subordinación; así se reducirán las brechas sociales y económicas y habrá fluidez en las relaciones sociales. (Secretaría Nacional, 2013, pág. 25).

En toda familia vemos que por más que los progenitores declaren amor igualitario a todos sus hijos, siempre unos tienen más preferencia que otros. En un pequeño negocio de la misma manera, hay empleados que de alguna manera son consentidos y otros a los que se les recarga con más trabajo o con las tareas más tediosas. Esto obviamente crea un ambiente negativo de envidia por parte de los maltratados o segregados en contra de los consentidos. Por ello es de vital importancia que los empleados de un negocio pequeño sean tratados económica y psicológicamente con el mismo respeto y aprecio sin importar su sexo, raza, apariencia física, conocimientos, antigüedad, etc.

### **3.3.4. SOCIEDAD DE PLENAS CAPACIDADES, EMANCIPACIÓN Y AUTONOMÍA**

Para que una sociedad no solo sobreviva, sino que viva dignamente, es necesario que expanda plenamente sus capacidades. Es indispensable para ello que el rol del Estado como garante de derechos y como facilitador de procesos de cohesión social, de distribución de conocimientos y de redistribución de poder a la sociedad. (Secretaría Nacional, 2013, pág. 25).

El pequeño negocio debe llegar a entender que el Estado está para garantizar que todos los miembros de la sociedad tengan las mismas condiciones de posibilidad para desarrollar plenamente sus capacidades; esto incluye precisamente al pequeño negocio, es decir, el Estado protege e impulsa las pequeñas iniciativas de los micro emprendedores. Sin embargo, y de la misma manera, está para supervisar que el pequeño negocio permita que las capacidades de los empleados puedan desarrollarse también. Para ello debe motivar y premiar las iniciativas que los empleados sugieran para el mantenimiento y crecimiento del pequeño negocio, de tal manera que al menos los empleados que aporten con nuevas iniciativas o los más eficientes salgan el fin de mes con un halago psicológico y económico que supere el salario mínimo sugerido por el Estado.

### **3.3.5. SOCIEDAD SOLIDARIA**

Se trata de erradicar el principio de desarrollo personal y egoísta de la sociedad de libre mercado, bajo el principio de que las personas no solo tienen derecho a la vida sino a una vida digna que nos iguale como personas. Se trata de forjar ciudadanos que reconozcan las necesidades e intereses de los otros y legitimen el principio de la redistribución de las riquezas. Se trata de recuperar el carácter social y público del individuo. (Secretaría Nacional, 2013, pág. 25).

El pequeño negocio de la copiadora debe reorientar su manera de ver a los empleados como simples máquinas recaudadoras de dinero para el crecimiento económico de los jefes del negocio. Debe convertirse en una familia en donde el jefe participe de la vida diaria concreta de sus empleados; así, debe almorzar con ellos en el salón en donde lo hacen a diario sus colaboradores, al menos una o dos veces al mes; por su parte, debe hacerles partícipes de cuando en cuando de las comodidades varias que goza el jefe. Estas pequeñas actitudes conseguirán que el jefe vaya abriendo paulatinamente su visión individualista economicista del negocio. Son esenciales además las participaciones de toda la pequeña empresa en actividades del barrio o en sectores marginales para colaborar en actividades que tengan que ver con el desarrollo de comunidades menos favorecidas.

### **3.3.6. SOCIEDAD DE EXCELENCIA**

Se trata de un fundamento que debe afincarse en la sociedad ecuatoriana como un factor de identidad, de autovaloración y de ejercicio de la responsabilidad en la familia, en el trabajo y en la vida comunitaria de toda la población. (Secretaría Nacional, 2013, pág. 26).

La excelencia en todos los ámbitos del quehacer de la Copiadora es el pilar más importante de la subsistencia misma de este pequeño negocio. Al flaquear en cualquiera de sus áreas, ya sea de atención al cliente, calidad del producto, presentación del negocio, etc., la competencia está atenta para superarlo automáticamente. La excelencia no es entonces un valor propio de las grandes cadenas internacionales, sino el arma más importante para la supervivencia misma de un pequeño negocio.

### **3.3.7. SOCIEDAD FELIZ**

Los parámetros para medir el bienestar de una sociedad se limitaban tradicionalmente a los bienes y servicios que habían sido generados por una sociedad concreta en un tiempo determinado, sin tomar mucho en cuenta el costo cultural, social y ecológico. Por ello es risible que se presenten datos de un extraordinario producto interno bruto cuando haya deficiencia de servicios sociales, sectores con pobreza extrema, culturas arrasadas, naturaleza destruida, todo ello junto a unos cuantos ricos que figuran en las revistas especializadas. Algo que olvidaron los expertos de antaño es que el progreso de una sociedad hay que medirlo por la felicidad alcanzada por la mayoría de la sociedad. (Secretaría Nacional, 2013, págs. 28-29)

En el pequeño negocio de la copiadora se intentará por tanto lograr que el objetivo del negocio no se quede en los balances económicos positivos de fin de año, sino que el parámetro se amplíe a la consecución de la felicidad de todos los involucrados. Es decir, se podrá decir que el año del negocio ha sido bueno, solamente si los clientes se muestran satisfechos con el servicio prestado, si los empleados ven la pequeña empresa como un lugar acogedor en donde puedan desarrollar libremente sus capacidades y cobrar su merecido sueldo, si los proveedores se encuentran al día con sus pagos, si los organismos estatales y municipales no tienen quejas por incumplimientos por parte de la pequeña empresa y, por su parte, si los jefes están contentos con el desenvolvimiento de sus colaboradores.

## CONCLUSIONES

Uno de los más grandes monopolios que ha conocido la humanidad, Estándar Oil al mando de Rockefeller, empezó precisamente como un pequeño emprendimiento. Aquel joven visionario, impulsado simplemente por la ética del trabajo duro, llevó al espíritu emprendedor a su máxima expresión. Logró amasar la más grande cantidad de dinero jamás imaginada y cambió el mundo para siempre industrializándolo a escala global, generando a su paso, directa e indirectamente, riqueza y puestos de trabajo que atrajeron solo a su país a más de 20 millones de inmigrantes atraídos por el sueño americano. Todo el mundo se sentía ilusionado de convertirse en próspero empresario tan solo con un enorme deseo de superación, tal y como empezaron los íconos de la era empresarial.

Ciertamente, con el incalculable impulso que dieron los padres de la industria y el emprendimiento, Rockefeller, Carnegie y Morgan, a finales del siglo xix, el siglo xx presenció el enriquecimiento de una nación jamás visto en tan poco tiempo gracias al florecimiento empresarial. Sin embargo, la patada inicial que la dieron los padres de la industria tiene un lado oscuro que es necesario recordar.

En su afán por llevar al infinito su ansia de ganar, monopolizaron el área de su industria eliminando a cualquier costo a sus competidores; usaron a sus empleados como verdaderas máquinas de trabajo al extremo de bajarles el sueldo a dos dólares, trabajando 12 horas al día, 6 días a la semana; depredaron la naturaleza sin conciencia alguna de que estaban destruyendo el hábitat de sus futuros descendientes y la humanidad toda; corrompieron el Estado a tal extremo que en 1896 llegaron a comprar la presidencia de la nación más poderosa con el único objetivo de que las autoridades no se opongan a su ilícito enriquecimiento.

Pero precisamente cuando ubicaron a William McKinley como su títere, su oponente William Bryan tuvo una enorme acogida con su discurso antimonopolio y perdió con un escaso margen dado que pesó el miedo infundido a través de la prensa comprada de que las empresas iban a cerrar si perdía McKinley. Luego el destino les jugaría una mala pasada cuando a la muerte del presidente sube al poder el vicepresidente Roosevelt quien sin miedo alguno terminó con los emporios monopólicos.

Surge entonces Henry Ford quien con el mismo impulso creativo de los padres de la industria hace empresa pero tomando en cuenta al otro. Es así que, en lugar de empezar enriqueciéndose al infinito para al final, como un acto de

arrepentimiento, donar su fortuna para obras de caridad, duplica de entrada el sueldo a sus empleados y reduce a 8 horas la jornada laboral. Y aun así, llega a convertirse en uno de los padres de la industria moderna, pero con un trasfondo más humano.

Si en la cuna misma del capitalismo y a inicios del siglo pasado, que fue testigo de su máximo progreso, se hizo sentir la inconformidad de la clase trabajadora que clamaba por el progreso de la sociedad toda y no solo de unos cuantos, no se diga en nuestro país y en el llamado tercer mundo.

Por ello, hemos insistido una vez más en lo nefasto que puede ser para un pequeño emprendimiento dejarse guiar por una ética capitalista que privilegie el capital y el crecimiento personal en lugar de ampliar el horizonte a la sociedad y a la naturaleza. Un pequeño negocio que inicia con un afán capitalista exclusivamente puede incurrir en los atropellos citados por los padres de la industria. Si ellos empobrecieron y se aprovecharon de miles de seres humanos, un pequeño negocio puede aprovecharse de uno o dos empleados y por ello no deja de ser menos cruel pues el ser humano tiene dignidad ya sea que se trate de una persona o de una población.

Este trabajo nos ha servido de invaluable ayuda para reorientar nuestro pequeño negocio y llevarlo con una ética más humana y comunitaria, tomando en cuenta la dignidad y el valor del empleado y ampliando el horizonte del objetivo empresarial a la sociedad. Probablemente el crecimiento de un pequeño negocio con ello se frena o se limita, pero el trabajo nos ha ayudado a tomar conciencia que no sirve de mucho un crecimiento acelerado y exponencial si para ello se debe pisotear al ser humano, a la cultura, a la sociedad, a la naturaleza. Seguramente si no se daba la extrema explotación e injusticias de los últimos 2 siglos no tendríamos los adelantos tecnológicos de los que hoy gozamos, pero tampoco nos sentiríamos un poco cómplices al usar a diario bienes y servicios que de alguna manera tienen un componente de explotación e injusticia en alguno de sus ingredientes.

No podemos estar jamás en contra de la pequeña empresa. Consideramos a ésta como una institución válida para ayudar a la sociedad a eliminar el desempleo y colaborar con ella, ofreciéndole bienes y servicios necesarios para su crecimiento. Precisamente para que cumpla mejor con este objetivo hemos fortalecido, a través del presente trabajo, los pilares de respeto al ser humano y a la naturaleza que debe sostener el diario desenvolvimiento de su labor.

Este mundo globalizado nos ha llevado a conocer y respetar las distintas maneras que el ser humano ha encontrado para realizarse como tal. La empresa está para satisfacer esos variados deseos de realización que la humanidad ha

inventado, sin embargo, cualquier actividad empresarial, por pequeña que sea, tiene, si se guía por la ética capitalista, unos límites y, unos principios si se guía por la ética comunitaria. Señalamos entonces unos cuantos principios éticos fundamentales que deben guiar a los pequeños negocios:

- Todos los seres capaces de comunicación deben ser reconocidos como personas, sin importar que sus capacidades apenas sean útiles para actividades de limpieza.
- Los derechos de las personas son universales, ya que se adscriben a todo hablante; son absolutos, es decir que tienen prioridad en la satisfacción; son innegociables, pues no se puede discutir su validez; son inalienables, no puede enajenar su titularidad; tienen el estatuto de “derechos”, pues los hablantes competentes están autorizados por la racionalidad misma a ejercerlos y a exigir su protección a los organismos correspondientes.
- Todo interlocutor tiene al menos derecho a la vida; solo la fuerza del mejor argumento deben llevarlo a tomar una posición en el diálogo; está legitimado para ser reconocido como interlocutor en todo lo que podría afectarle; tiene derecho a participar en tales discursos y defender argumentativamente sus posiciones; sus argumentos tienen que tener un efecto en las discusiones que se tomen consensualmente; tiene libertad de conciencia, de religión y de opinión.
- Una vez subrayados los derechos de los posibles ayudantes, proveedores, clientes y los mismos dueños del pequeño negocio, éstos deben tomar en cuenta la necesaria presencia del Estado como la institución llamada a promover y defender el buen vivir de la sociedad toda.
- Todo pequeño negocio, que se inicia ciertamente como un medio lícito de subsistencia, debe enmarcarse en el buen vivir de la sociedad toda.
- Sus objetivos serán siempre a largo plazo, es decir, su accionar no puede de ningún modo destruir el hábitat de sus hijos y los hijos de sus hijos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Adams, P. (16 de 7 de 2013). Recuperado el 2 de 3 de 2014, de [www.milenio.com/tendencias/feliz-cuestion-actitud-Patch-Adams\\_0\\_117588474.html](http://www.milenio.com/tendencias/feliz-cuestion-actitud-Patch-Adams_0_117588474.html)
- Alarcón, C. (2000). *Al futuro con la microempresa: de país de desempleados a patria de emprendedores*. Quito: Editorial Raíces.
- Artamonov, A. (s.f.). *Fukuyama, el fin de la historia*. Recuperado el 22 de 3 de 2014, de [www.academia.edu/3476053/Fukuyama.\\_El\\_fin\\_de\\_la\\_historia.\\_Resumen](http://www.academia.edu/3476053/Fukuyama._El_fin_de_la_historia._Resumen)
- Barrera, M. (s.f.). *Situación de las pymes de Ecuador en el mercado internacional*. Recuperado el 1 de 12 de 2013, de [www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.ns](http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.ns)
- Brunat, D. (27 de 1 de 2012). *La gente se sentiría molesta si viera de donde viene su iPhone*. Recuperado el 22 de 1 de 2014, de <http://www.publico.es/418911/la-gente-se-sentiria-molesta-si-viera-de-donde-viene-su-iphone>
- CEPAL. (26 de 10 de 2012). *Desafíos de América Latina en el siglo xxi*. Recuperado el 20 de 11 de 2013, de [http://elciudadano.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=36824:2012-10-26-presidente-correa-en-conferencia-magistral-en-la-cepal-tema-desafios-de-america-latina&catid=66:intervenciones-del-presidente-rafael-correa&Itemid=105](http://elciudadano.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=36824:2012-10-26-presidente-correa-en-conferencia-magistral-en-la-cepal-tema-desafios-de-america-latina&catid=66:intervenciones-del-presidente-rafael-correa&Itemid=105)
- Cerezo, J. (9 de 11 de 2012). *El sol de Puebla*. Recuperado el 25 de 2 de 2014, de El consumismo nos hace infelices: <http://www.oem.com.mx/elsoldepuebla/notas/n2765234.htm>
- CHW. (s.f.). *Bill Gates reúne a 40 millonarios para donar sus fortunas*. Recuperado el 22 de 2 de 2014, de <http://www.tecnoupdate.com.ar/2010/08/04/bill-gates-reune-a-40-millonarios-para-donar-sus-fortunas/>
- Comercio, E. (13 de 06 de 2011). *Las Microempresas están en alerta*. Recuperado el 10 de 12 de 2013, de [http://www.elcomercio.com.ec/negocios/microempresas-alerta\\_0\\_497950281.html](http://www.elcomercio.com.ec/negocios/microempresas-alerta_0_497950281.html)
- Comercio, E. (4 de 4 de 2013). *UNASUR busca crear organismo de arbitraje*. Recuperado el 25 de 1 de 2014, de [http://www.elcomercio.com.ec/politica/Unasur-busca-crear-organismo-arbitraje\\_0\\_895110541.html](http://www.elcomercio.com.ec/politica/Unasur-busca-crear-organismo-arbitraje_0_895110541.html)
- Contrainjerencia. (2013). *Los TLC con EEUU solo benefician a los grandes negocios*. Recuperado el 20 de 12 de 2013, de <http://www.contrainjerencia.com/?p=73357>

- Correa, R. (2010). *Decreto ejecutivo 367*. Recuperado el 20 de 12 de 2013, de <http://comercioexterior.com.ec/qs/sites/default/files/Decreto%20Ejecutivo%20No.%20367.pdf>
- Correa, R. (2011). *Ecuador: de banana republic a la no república*. Bogotá: Géminis.
- Cortina, A. (1995). *Ética sin moral*. Madrid: Tecnos.
- Cortina, A. (1996). *Ética Mínima*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Cortina, A., & Domingo, A. (1998). *Ética de la Empresa*. Madrid: Trota.
- De George, R. (2006). *Open Mind*. Recuperado el 10 de 11 de 2013, de Historia de la ética empresarial: De George, Richard. (2006). Historia de la ética empresarial. Recuperado <https://www.bbvaopenmind.com/articulo/historia-de-la-etica-empresarial/?fullscreen=true>
- Digital, L. (17 de 02 de 2010). *Millonarios que nacieron pobres*. Recuperado el 22 de 09 de 2013, de <http://www.libertaddigital.com/fotos/millonarios-que-nacieron-pobres-1001159/Onassis.jpg.html>.
- Echeverría, A. (8 de 4 de 2013). *Multimillonarios que destinan gran parte de su dinero en obras de caridad*. Recuperado el 12 de 3 de 2014, de <http://www.capital.cl/negocios/15-multimillonarios-que-destinan-gran-parte-de-su-dinero-en-caridad/>
- Ecuavisa. (20 de 12 de 2013). *Warrent Buffett gana 37 millones diarios*. Recuperado el 2 de 4 de 2014, de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/internacionales/49157-warren-buffett-gana-37-millones-dolares-diaros>
- Elía, J. (6 de 4 de 2009). *Darwinismo social y capitalismo*. Recuperado el 20 de 09 de 2013, de <http://06darwinismosocial.blogspot.com/2009/04/6-darwinismo-social-y-capitalismo.html>,
- Estrada, J. (1984). *Mujeres de Guayaquil*. Guayaquil: Publicaciones del Banco Central.
- Falise, M. (s.f.). *Pautas para una ética de empresa*. Quito: PUCE.
- Fomento, B. N. (s.f.). *Créditos "5-5-5" cautiva el interés de pequeños y medianos productores*. Recuperado el 15 de 11 de 2013, de [https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=164%3Aemprendores-de-cayambe-recibieron-creditos-del-bnf&catid=27%3Anoticias-principales&lang=es](https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=164%3Aemprendores-de-cayambe-recibieron-creditos-del-bnf&catid=27%3Anoticias-principales&lang=es)
- Francés Pedro, B. Á., & Velajos, C. (2003). *Códigos éticos en los negocios*. Madrid: Pirámide.
- Garrido, F. (07 de 03 de 2001). *Paralelo 36*. Recuperado el 20 de 09 de 2013, de Capitalismo y ética: <http://www.paralelo36andalucia.com/el-capitalismo-y-la-etica-o-el-supuesto-origen-moral-de-la-crisis/>

- Gonzales Suarez, F. (1970). *Historia General de la república del Ecuador, vii*. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- Guayaquil, B. d. (2011). *Incentivos tributarios en vigencia*. Recuperado el 15 de 12 de 2013, de <http://www.ecuadorinvierte.com/bolsa-de-quito/incentivos-tributarios-en-vigencia>
- Infobae. (26 de 11 de 2006). *La obsesión por el dinero puede aislar a las personas*. Recuperado el 28 de 3 de 2014, de [www.infobae.com/2006/11/26/288371-la-obsesion-el-dinero-puede-aislar-las-personas](http://www.infobae.com/2006/11/26/288371-la-obsesion-el-dinero-puede-aislar-las-personas)
- Interior, M. d. (2013). *La usura afecta a miles de personas, no se deje engañar*. Recuperado el 20 de 11 de 2013, de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/la-usura-afecta-a-miles-de-personas-no-se-deje-enganar/>
- Jáuregui, A. (4 de 2011). *La biografía de un gran emprendedor, John Rockefeller*. Recuperado el 16 de 3 de 2014, de [www.gestiopolis.com/canales/empresadora/articulos/no11/Rockefeller.htm](http://www.gestiopolis.com/canales/empresadora/articulos/no11/Rockefeller.htm),
- Lisandro, E. (2011). *Estamos programados: comprar, tirar y volver a comprar*. Recuperado el 2 de 2 de 2014, de <http://www.latenteblog.com.ar/estamos-programados-comprar-tirar-y-volver-a-comprar/>
- Magill, J., & Meyer, R. (15 de 03 de 2005). *Microempresas y Microfinanzas en Ecuador*. Recuperado el 28 de 09 de 2013, de [http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/Microempresas\\_\\_y\\_\\_microfinanzas\\_\\_en\\_\\_Ecuador.pdf](http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/Microempresas__y__microfinanzas__en__Ecuador.pdf)
- Market, D. (8 de 03 de 2013). *IBM traslada su fábrica de EEUU a México*. Recuperado el 14 de 01 de 2014, de <http://www.digitalmarketla.com/index.php/men-cont-industria/item/2911-ibm-traslada-su-f%C3%A1brica-de-estados-unidos-a-m%C3%A9xico#.U3LQqYF5N64>
- Moreno, M. (2008). *Los 10 mayores escándalos financieros*. Recuperado el 11 de 09 de 2013, de <http://www.elblogsalmon.com/mercados-financieros/los-diez-mayores-escandalos-financieros>
- Pierre, W. (21 de 5 de 2009). *Crisis económica*. Recuperado el 15 de 01 de 2014, de Suben el salario mínimo en Haití: <http://crisis-economica.blogspot.com/2009/05/suben-el-salario-minimo-en-haiti-de-193.html>
- Proecuador. (23 de 07 de 2012). *Las Microempresas crecen un 41%*. Recuperado el 20 de 10 de 2013, de <http://www.proecuador.gob.ec/2012/07/23/microempresas-crecen-un-41-en-este-ano/>
- Rodriguez, A. M. (18 de 03 de 2010). *Foro mundial sobre la globalización y la pobreza*. Recuperado el 20 de 12 de 2013, de <http://economiamundialonce.blogspot.com/2010/03/porque-se-critica-la-globalizacion.html>
- Roig, A. (2002). *Ética del poder y moralidad de la protesta*. Quito: Corporación Editora Nacional.

- Sánchez, C. (s.f.). *La responsabilidad ambiental de las empresas*. Recuperado el 15 de 3 de 2014, de [www.revista-mm.com/ediciones/rev55/administracionlimpia.pdf](http://www.revista-mm.com/ediciones/rev55/administracionlimpia.pdf)
- Savater, F. (2000). *Ética para Amador*. Bogotá: Editorial Ariel.
- School, B. (08 de 2009). *Perspectiva*. Recuperado el 18 de 12 de 2013, de Quienes dominan el retail en nuestro país y en la región:  
[https://www.google.com.ec/search?q=Perspectiva.+<span>\(2009\)</span>.+Quienes+dominan+el+retail+en+nuestro+pa%C3%ADs+y+en+la+regi%C3%B3n.&oq=Perspectiva.+<span>\(2009\)</span>.+Quienes+dominan+el+retail+en+nuestro+pa%C3%ADs+y+en+la+regi%C3%B3n.&aqs=chrome..69i57.1l22j0j4&sourceid=chr](https://www.google.com.ec/search?q=Perspectiva.+<span>(2009)</span>.+Quienes+dominan+el+retail+en+nuestro+pa%C3%ADs+y+en+la+regi%C3%B3n.&oq=Perspectiva.+<span>(2009)</span>.+Quienes+dominan+el+retail+en+nuestro+pa%C3%ADs+y+en+la+regi%C3%B3n.&aqs=chrome..69i57.1l22j0j4&sourceid=chr)
- Scribner's. (1970). *Hacia unas relaciones más plenas*. Recuperado el 1 de 3 de 2014, de [www.philolife.net/filosofia-y-transformacion/64/138-martin-buber-yo-tu.html](http://www.philolife.net/filosofia-y-transformacion/64/138-martin-buber-yo-tu.html)
- Secretaría Nacional, d. P. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Recuperado el 10 de 4 de 2014, de <http://www.buenvivir.gob.ec/documents/10157/96c82f1c-5dd8-4a60-8283-d95d9ed24f0e>
- Singer, P. (1995). *Compendio de ética*. Madrid: Alianza Editorial.
- Smith, A. (1978). *La riqueza de las naciones*. México: Publicaciones Cruz.
- SRI. (19 de 12 de 2013). *Grupos económicos del Ecuador*. Recuperado el 19 de 12 de 2013, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/grupos-economicos>
- SRI. (05 de 12 de 2013). *Régimen Impositivo Simplificado*. Recuperado el 05 de 12 de 2013, de Rise: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/304>
- Style, L. &. (8 de 8 de 2011). *Caprichos millonarios*. Recuperado el 28 de 1 de 2014, de [www.iprofesional.com/notas/120537-Caprichos-millonarios-cules-son-los-pequeos-gustos-de-los-famosos](http://www.iprofesional.com/notas/120537-Caprichos-millonarios-cules-son-los-pequeos-gustos-de-los-famosos).
- Tarantini, S. (16 de 5 de 2012). *Ética en los negocios*. Recuperado el 20 de 1 de 2014, de <http://www.degerencia.com/articulo/la-etica-empresarial>
- Taringa. (2008). *Los millonarios más tacaños*. Recuperado el 26 de 2 de 2014, de [www.taringa.net/posts/offtopic/1065300/Los-millonarios-mas-tacanos-de-la-historia.html](http://www.taringa.net/posts/offtopic/1065300/Los-millonarios-mas-tacanos-de-la-historia.html)
- Telégrafo, E. (11 de 10 de 2013). *SRI rematará bienes de Álvaro Noboa*. Recuperado el 26 de 2 de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/sri-inicia-remate-de-bienes-del-empresario-alvaro-noboa.html>
- Tenebroso, P. E. (2011). *Álvaro Noboa no fue principal heredero*. Recuperado el 20 de 3 de 2014, de [/ecuadorsuladobscuro.blogspot.com/2011/06/alvaro-noboa-no-fue-principal-heredero.html](http://ecuadorsuladobscuro.blogspot.com/2011/06/alvaro-noboa-no-fue-principal-heredero.html),
- The History, C. (2013). *Gigantes de la Industria*. 6: 17.

Trujillo, F. (30 de 9 de 2013). *Decorac10n*. Recuperado el 10 de 2 de 2014, de Visual merchadising, el vendedor invisible: <http://www.10decoracion.com/visual-merchandising-el-vendedor-invisible/>

Utilisima, C. (2013). *El jefe encubierto*.

Vanguardia. (10 de 4 de 2012). *El foco que dura más de 100 años*. Recuperado el 28 de 1 de 2014, de <http://www.vanguardia.com.mx/naceelfocoqueduraparatodalavida-1261658.html>

Wachnitz, V. (s.f.). *Leyes antimonopolio versus derechos individuales*. Recuperado el 15 de 1 de 2014, de [http://archipelagolibertad.org/upload/files/004%20Mercado%20vs.%20intervencionismo/4.10%20Monopolios/0027%20Wachnitz%20-%20Leyes%20antimonopolio%20versus%20derechos%20individuales%20\(FA\).pdf](http://archipelagolibertad.org/upload/files/004%20Mercado%20vs.%20intervencionismo/4.10%20Monopolios/0027%20Wachnitz%20-%20Leyes%20antimonopolio%20versus%20derechos%20individuales%20(FA).pdf)

Wikipedia. (29 de 09 de 2013). *Ética*. Recuperado el 29 de 09 de 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/%C3%89tica>

Zamorano, E. (14 de 5 de 2012). *Los beneficios de la Ética Empresarial*. Recuperado el 15 de 2 de 2014, de <http://www.cnnexpansion.com/opinion/2012/05/11/la-etica-empresarial-produce-beneficios>

## **FUENTES DE LA TELEVISIÓN**

- Canal Utilísima, *El jefe encubierto*, 08/2013.
- The History Channel, *Gigantes de la industria*, 17/06/2013.