

09

**LA PRESENCIA DE LA ÉTICA
Y EL RECONOCIMIENTO DEL
OTRO EN EL EMPRENDEDOR
PARA LA TOMA DE DECISIONES¹**

THE PRESENCE OF ETHICS AND THE
RECOGNITION OF THE OTHER IN THE
ENTREPRENEUR FOR DECISION MAKING

<https://doi.org/10.22431/25005227.vol51n1.9>

LA PRESENCIA DE LA ÉTICA Y EL RECONOCIMIENTO DEL OTRO EN EL EMPRENDEDOR PARA LA TOMA DE DECISIONES¹

THE PRESENCE OF ETHICS AND THE RECOGNITION OF THE OTHER IN THE ENTREPRENEUR FOR DECISION MAKING

Tipología: Artículo de investigación

Cómo citar este artículo

Hoguín, A.; Garcés, L. y Giraldo, C. (2021). La presencia de la ética y el reconocimiento del Otro en el emprendedor para la toma de decisiones. *Administración & Desarrollo*, 51(1)184-203.

<https://doi.org/10.22431/25005227.vol51n1.9>

Ana María Holguín Montoya*

Luis Fernando Garcés Giraldo**

Conrado Giraldo Zuluaga***

Resumen

Con el fin de analizar la importancia de la ética en los procesos de emprendimiento, a partir de la mirada de los emprendedores, así como validar la necesidad de la formación y el acompañamiento en temas de esta índole, se plantean las siguientes hipótesis que permiten cuestionar si la ética es vista como un conjunto de normas y cómo en las entidades de este tipo de ecosistema se aborda este componente. Quienes han pasado por entidades de este gremio se concentran más en la rentabilidad que en el Otro; tener socios revela el valor de ese Otro y quienes confirman su importancia titubean a la hora de tener una decisión poco ética. Para reconocer la presencia del Otro en los emprendedores, se elaboró un instrumento revisado por catorce expertos que fue aplicado a 411 empresarios de la ciudad de Medellín y su Área Metropolitana. Los resultados permiten evidenciar que, se hace necesario para este ecosistema diseñar metodologías para abordar los temas éticos, ya que

¹ Capítulo resultado de la tesis doctoral titulada *La ética como reconocimiento del Otro en Levinas: un aporte al ejercicio cotidiano para la creación de empresas* desarrollada en el marco del Doctorado en Filosofía de la Universidad Pontificia Bolivariana. La autora es Ana María Holguín y sus directores son el doctor Luis Fernando Garcés Giraldo y el doctor Conrado Giraldo Zuluaga.

* Publicista, Magister en administración, PhDc Filosofía.

20 años de experiencia acompañando emprendedores y empresarios en la consolidación empresarial. Consultora de Mincultura, Mintic, Cámara de comercio de Medellín, Colombia productiva y otras entidades del ecosistema a nivel nacional. Docente de pregrado y postgrado en planeación estratégica, Liderazgo y dirección. Autora de 5 libros en temas de desarrollo empresarial y 3 de colección de emprendimiento en la Universidad Pontificia Bolivariana. Emprendedora segundo puesto BID Latinoamérica y ganadora Shark Thank Colombia. Correo electrónico: ana.holguin@upb.edu.co

** Posdoctor en Derecho de la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá, Posdoctor en Filosofía de la Universidad Pontificia Bolivariana y Posdoctor en humanidades, educación y tecnologías de la educación, Doctor en filosofía de la Universidad Pontificia Bolivariana, magister en Ingeniería Ambiental de la Universidad de Antioquia, especialista en Ingeniería Ambiental de la Universidad Pontificia Bolivariana, ingeniero sanitario de la Universidad de Antioquia. Actualmente es investigador Senior (Convocatoria 833 por Minciencias). Director del grupo de investigación Law & Sciences de la Corporación Universitaria Americana. Es miembro del Comité Científico de las siguientes revistas: *Conocimiento & Diversidad* de la Universidad de La Salle, Canoas – Brasil; *Revista Amazônia*, *Vida E Conhecimento* de la Universidad de La Salle, Manaus-Brasil; *Revista Digital Lámpsakos* de la Universidad Católica Luis Amigó; *Revista Pensamiento Americano* de la Corporación Universitaria Americana.

Profesor de maestría y doctorado en Administración de la UdeM, asesor de tesis doctorales en maestría y filosofía de la UPB, profesor de la Maestría en Educación de la Maestría en la Universidad Adventista. Ha publicado 10 libros, 69 capítulos de libros resultado de investigación y alrededor de 130 artículos nacionales e internacionales en revistas indexadas en los temas de ciencias ambientales, filosofía y bioética. Corporación Universitaria Americana. Medellín, Colombia <https://orcid.org/0000-0003-3286-8704> lgarcés@americana.edu.co

*** Conrado Giraldo Zuluaga, Doctor en filosofía, magister en desarrollo, profesional en filosofía por la UPB. Docente investigador titular de la Facultad de Filosofía de UPB. Perteneció al grupo Epimeleia, coordina los Postgrados en Filosofía de la UPB Medellín. Correo electrónico: conrado.giraldo@upb.edu.co, ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1885-9158>

es fundamental contar con herramientas adecuadas. Se evidencia, además, una sensibilidad frente al Otro que tiende a desaparecer cuando se habla de rentabilidad.

Palabras clave: ética, responsabilidad, Otro, emprendimiento, ecosistema de emprendimiento.

Abstract

In order to analyze the importance of ethics in entrepreneurship processes, from the perspective of entrepreneurs, as well as to validate the need for training and support in issues of this nature, the following hypotheses are proposed that allow us to question if ethics is seen as a set of rules and how this component is addressed in the entities of this type of ecosystem. Those who have passed through entities of this guild concentrate more on profitability than on the Other; having partners reveals the value of that Other and those who confirm its importance hesitate to make an unethical decision. To recognize the presence of the Other in entrepreneurs, an instrument reviewed by fourteen experts was developed and applied to 411 entrepreneurs in the city of Medellín and its metropolitan area. The results show that it is necessary for this ecosystem to design methodologies to address ethical issues, since it is essential to have adequate tools. There is also evidence of a sensitivity towards the Other that tends to disappear when talking about profitability.

Key words: ethics, responsibility, Other, entrepreneurship, entrepreneurship ecosystem.

INTRODUCCIÓN

La actividad emprendedora es más que un simple acto intelectual, radica en la habilidad para realizar prácticas que permitan el desarrollo económico y social, encarnando una alta responsabilidad frente a aquello que se entiende por ser humano. Esta investigación busca que el ejercicio de creación de empresas no solo logre ir más allá de la productividad y la competitividad basada en resultados netamente financieros, sino que involucre una mirada ética como elemento constitutivo en la toma de decisiones, que invite a mejorar al ser humano en sí mismo y al Otro. Tomando como referencia que “una conducta carente de ética afecta a las personas y pone en riesgo la integridad de las empresas” (Estrada-López et al., 2020, p. 24).

El cambio que la sociedad vive hoy ha significado una transformación en los valores que cultivamos y la manera como lo hacemos, entrando a un mundo egoísta donde el eje principal es el propio beneficio. Sin embargo, “es una banalidad decir que jamás existimos en singular, estamos rodeados de seres y de cosas con las que mantenemos relación. Por la vista, por el tacto, por la simpatía, por el trabajo en común, estamos con los otros” (Levinas, 1993, p. 17). El ser humano en ocasiones olvida que no está solo, y que el fin no es la búsqueda desenfrenada de la felicidad con una mirada egoísta, tendencia que lleva a omitir al Otro. Sin embargo, en la empresa el Otro es importante en medida en que es un compañero de trabajo, colaborador, cliente, usuario, una comunidad influenciada o un ser

desconocido que aun así está irremediablemente siendo impactado con los productos o el resultado del uso de los mismos.

La ética empresarial no solo tendría que ser necesaria, sino incluso, obligatoria “Por suerte, buena parte de las nuevas generaciones se han concienciado en la necesidad de ejercer «buenas prácticas», no solo desde el punto de vista medioambiental, sino también desde el comportamiento humano en la forma de llevar adelante los negocios” (Gemma, 2021, párr. 16). Vista también como el principio que “articula una serie de prácticas, a partir de las cuales los individuos son interpelados como sujetos éticos, y que reclaman la adhesión del sujeto a un nuevo código moral con el que regularse y juzgarse a sí mismos” (Santos et al, 2021, p. 8).

Y es allí, en ese reconocer al Otro, en el que la ética, más allá de la norma, es conciencia, ya que “el ser de la persona tampoco puede reducirse a ser un sujeto de actos racionales sometidos a ciertas leyes” (Heidegger, 1971, p. 60). Por lo tanto, es ir más allá de la norma con la conciencia y responsabilidad que se tiene no solo como emprendedor, también como creador de condiciones socioeconómicas. Y esa conciencia se desarrolla de diferentes formas, “la escuela puede desarrollar la capacidad del alumno, de ver el mundo desde la perspectiva del Otro, en especial aquellas personas que la sociedad suele representar como objetos” (Nussbaum, 2010, p. 73), otros actores fundamentales son las entidades del ecosistema emprendedor, a través de

los programas de acompañamiento, que también juegan un rol importante en ese mirar más allá de la productividad y la competitividad.

Para entender cómo trabajar la ética desde el reconocimiento del Otro, es indispensable identificar cómo piensa y, en consecuencia, cómo actúa el emprendedor en relación con: sus creencias, la formación tanto en el hogar, como profesional y empresarial, de igual manera, conocer las motivaciones que definen su estilo de gestión para la toma de decisiones; para ello, la investigación definió una muestra inicial de emprendedores ubicados en la ciudad de Medellín y su área metropolitana, con unas características heterogéneas que permite identificar las diferencias de pensamiento en distintas edades, diferentes tipologías y niveles de madurez de la empresa.

La investigación, de enfoque mixto, se basó en un diseño transversal, mediante el cual se realizó en un primer momento, la comprobación del índice de validez de contenido a través del cálculo del índice Lawshe, según acuerdos, por número de expertos con el que se identificaron preguntas que debían ser retiradas del instrumento para el incremento de este y su cálculo para el instrumento global tal y como lo representa Tristán (2008), y como puede observarse en la **Ecuación 1**.

$$RVI = \frac{\sum_{i=1}^M RVC_i}{M} \text{ donde } RVC = \frac{n_e - N/2}{N/2}$$

Ecuación 1. Expresión para el cálculo del índice de validez de contenido global (2008).

En un segundo momento, se aplicó el instrumento validado a 411 emprendedores, se considera esta una muestra significativa en tanto da cuenta de la **Ecuación 2**.

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 pq}{e^2}$$

Ecuación 2. Expresión para el cálculo de muestra Hernández et al. (2003)

Se observa en la ecuación 2 que, al considerar un nivel de confianza del 95 % con un error del 5 %, para un tamaño de población no especificado a priori, el valor de n es aproximadamente de 385 personas. De lo anterior, una muestra de 411 emprendedores supera el valor mínimo aceptable. La encuesta contó con preguntas en escala tipo Likert de 1 a 5, en el que, 1 representa un nivel mínimo de afinidad con la afirmación y 5 representa un nivel máximo de afinidad. De la aplicación de la encuesta se generó en tercer lugar, el cálculo del Alpha de Cronbach como una medida de validez de constructo, este índice obtuvo un valor de 0,844 que se considera un valor adecuado (Qero Virla, 2015).

En cuarto lugar, se llevó a cabo un análisis por factorización de ejes principales con rotación *oblimin* directa, con la finalidad de identificar asociaciones entre las variables, que puedan ser susceptibles de explicación en el marco del contexto y la problemática de estudio. Como medidas de confiabilidad se calculó el índice KMO, que dio un valor superior a 0,7 lo cual da cuenta de la posibilidad de realizar este tipo de análisis. De la identificación de los factores y sus variables aso-

ciadas se hicieron los cálculos de coeficientes de correlación bivariada de Spearman, identificando valores de correlación significativas superiores o iguales a 0,4. Estos resultados, aunados a la generación de pruebas de hipótesis para algunas de las variables, dieron la posibilidad de explorar con mayor profundidad las relaciones intrínsecas de los datos de la encuesta como un acercamiento a una comprensión más holística del fenómeno en estudio.

Desarrollo de la investigación

Posterior a la revisión bibliográfica, con el fin de identificar la presencia del Otro en el emprendedor y cómo impacta sus decisiones, se creó inicialmente una batería de 83 preguntas que fueron validadas por catorce expertos y, luego de la revisión, el instrumento final consta de 52 preguntas que se aplicaron a 411 emprendedores con características heterogéneas, teniendo en cuenta, diferentes edades, sectores económicos, acompañados o no por entidades del ecosistema, en diferentes niveles de madurez de las empresas, entre otros aspectos, con el fin de caracterizar por grupos poblacionales su mirada de la ética y el reconocimiento del Otro en su cotidianidad.

Partiendo de la revisión bibliográfica de los textos de Emanuel Levinas y su comprensión del Otro, es posible concluir que, no es necesario ni obligatorio el conocimiento o reconocimiento del otro para actuar correctamente, ya que la mirada va más allá no solo de la presencia, también de aquel Otro que está en la luz y que

puedo verlo, pero aun en la oscuridad el Otro está allí, por lo que omitir su presencia solo por la incapacidad de ver, no lo hace inexistente. El Otro deja de existir cuando omito su existencia, cuando borro su rostro. Por lo tanto, "es necesario que vuelva a encontrar el rostro indiscreto del Otro que me cuestiona. El Otro es absolutamente Otro" (Levinas, 2002, p. 188), teniendo en cuenta que, "veo al otro, pero no soy el otro" (Levinas, 1993, p. 17). Es a partir de ese Otro que "ocurre el hecho, que el movimiento de la atención no es solo para rescatar al Otro o a lo Otro, sino también a uno mismo" (Esquirol, 2006, p. 14), lo que permite tener una mirada ética más allá de la norma o los lineamientos conductuales, que se quedan cortos a la hora de tomar decisiones en el proceso emprendedor, debido a que, impiden trascender a la responsabilidad con el Otro, dado que "el-uno-para-el-otro en tanto que el-uno-guardián-de-su-hermano, en tanto que el-uno-responsable-del-otro. Entre el uno que soy yo y el otro del cual respondo, se abre una diferencia sin fondo, que es también la no-in-diferencia de la responsabilidad" (Levinas, 1974, p. 12).

Después del reconocimiento del Otro y sus implicaciones en la toma de decisiones de los emprendedores, y con miras a comprender las creencias que tienen ellos frente a diferentes situaciones y sus motivaciones, se elaboró un instrumento que permitió identificar si los que se encuentran en la ciudad de Medellín y su área metropolitana han sido acompañados por alguna entidad del ecosistema y durante el acompañamiento han trabajado temas éticos; adicionalmente, qué entienden del tema y si en un

escenario simulado toman decisiones de este tipo, esto para evidenciar si sus respuestas son coherentes tanto en la comprensión del tema como en sus decisiones.

En cuanto a los datos generales de la población encuestada, encontramos que el 43 % son de género femenino y el 57 % género masculino, una alta población entre los 18 y 25 años debido en gran parte a la metodología utilizada para la recolección de la información, realizada a partir de charlas de emprendimiento de diferentes entidades del ecosistema, siendo este rango de edad un 44 % de los emprendedores que contestaron la encuesta, seguidos por un 25 % de edades entre los 26 y los 35, un 14 % entre los 36 y 45 y finalmente un 17 % para mayores de 46 años de edad. En cuanto al número de socios, encontramos un 38 % de emprendedores que trabajan solos, un 38 % de proyectos con dos socios y un 24 % de emprendedores que tienen dos socios o más.

Los tiempos promedio de existencia de los emprendimientos está en un 29 % menores de un año, 27 % de uno a dos años, 20 % de dos a cuatro años y 25 % de cuatro años en adelante. En cuanto al estado de madurez de la empresa se puede apreciar que el 8 % está en etapa de ideación, el 23 % en etapa de creación, el 45 % en fortalecimiento y un 24 % está en etapa de aceleración.

De los 411 encuestados el 49 % no ha sido acompañado aún por entidades del ecosistema de emprendimiento de la ciudad y el 51 % sí ha sido acompañado por algunas entidades como

Valle del Software, Alcaldía de Medellín, C3+D, CDE UPB, Cedezo, Ciudad E, Comfama, Coomeva, Creame, Desarrollo Económico Envigado, EAFIT, El Pauer, Fondo Emprender, Innpulsa, Interactuar, Manizales+, Parque del Emprendimiento, Ruta N, Ruta N Naranja, Sena y Universidad de Medellín.

Basados en la premisa de que “olvidar el aspecto ético de la iniciativa emprendedora lleva a un conocimiento incompleto de la realidad de emprender con todas sus consecuencias” (Carné 1999, p. 14) se plantean las siguientes hipótesis:

- **La ética es vista como un conjunto de normas**

Para validar la hipótesis se abordan dos planteamientos: *Las normas éticas son prohibitivas y marcan el límite de las decisiones* con un promedio de 3,4 en las respuestas, siendo el 60% quienes están de acuerdo, un 20% medianamente de acuerdo y un 20% en desacuerdo y el siguiente planteamiento es: *La ética empresarial es el conjunto de lineamientos que no puedo transgredir*, allí encontramos un promedio de 4,4. El 60% está de acuerdo, un 20% medianamente de acuerdo y un 20% en desacuerdo y del 100 % de las personas que contestaron qué son normas prohibitivas, expresan estar de acuerdo con que la ética es un conjunto de lineamientos que no puedo transgredir. Siendo validada la hipótesis de que la ética para los emprendedores encuestados es un conjunto de normas que deben cumplir en su ejercicio, aunque esto no signifique necesariamente que las conocen y las cumplen.

- **Las entidades del ecosistema emprendedor no trabajan el componente ético en sus procesos de acompañamiento**

La formación ética es fundamental, en la medida en que, es necesario conocer las normas para poder cumplirlas, pues como expresa Levinas, “es necesario hacer un trazo para ver la línea (...) la línea es el límite de una cosa” (Levinas, 2002, p. 104). Sin embargo, esos límites de la ética empresarial no siempre están pensados en clave del Otro.

Para analizar esta hipótesis, se toman de la muestra solo aquellos emprendedores que efectivamente han sido acompañados por alguna entidad del ecosistema emprendedor, que del total de la muestra equivale a 210 emprendedores, de los cuales el 24% no ha tenido nunca formación ética; el 60 % ha tenido formación en ética profesional y solo el 15% ha tenido formación en ética empresarial, lo que evidencia el vacío de la presencia del componente ético en los procesos de acompañamiento en las entidades. Posteriormente, se seleccionaron quienes han sido acompañados y han tenido formación para cruzar con la pregunta: *¿En los procesos de acompañamiento siempre se trabaja el componente ético por algún docente o asesor?* Aquí se puede evidenciar que, el 53% no ha trabajado la ética empresarial con docentes o asesores del ecosistema, el 19% dice que medianamente se ha trabajado y el 28% afirma que ha trabajado el tema ético en algún proceso, los datos coinciden en que los participantes que afirman haber trabajado el tema con docente o asesor son los

que han hecho parte de procesos con universidades. Analizando en este mismo grupo de emprendedores acompañados, que han contado con formación ética empresarial por parte de un asesor o docente, encontramos que el 44% afirma que no hay metodologías diseñadas específicamente para trabajar estos temas, el 19% considera que hay clases optativas y el 37% dice reconocer metodologías en las entidades que lo acompañaron, pero no en la asesoría, sino en un tema abordado en la formación durante el proceso de acompañamiento.

- **Quienes han pasado por alguna entidad del ecosistema se concentran más en la rentabilidad que en el Otro**

Para analizar la hipótesis, se tienen en cuenta los factores con los cuales los emprendedores miden los resultados, siendo las siguientes variables las opciones dadas en el instrumento: ventas, rentabilidad, desarrollo del personal, ética, productividad, utilidad e innovación social; como opción para medir los resultados empresariales encontramos que, las tres primeras elecciones son: rentabilidad con un 20%, productividad con un 17% y ventas con un 16%, seguidas con un menor porcentaje: innovación social, utilidad y, el porcentaje más bajo, la ética con un 9%.

En cuanto a los emprendedores que han sido acompañados por alguna entidad del ecosistema, encontramos que las opciones están distribuidas de la siguiente manera: la variable mayor con un 43% es ventas, seguido de rentabilidad

de un 34%, estas son las más altas, lo que es coherente con los indicadores que se deben incrementar en el proceso de acompañamiento y por ende la forma en que se mide el éxito del proceso. Posteriormente, encontramos tres variables con menor puntaje: productividad con 9%, utilidad con un 8% e innovación social con un 7%, para el caso de los emprendedores acompañados la variable ética y desarrollo de personal no son significativas como resultado del ejercicio emprendedor, son dos variables no priorizadas por los emprendedores encuestados que han sido acompañados por entidades del ecosistema emprendedor.

- **Quienes tienen socios reconocen la importancia del Otro**

Para el análisis de esta variable, seleccionamos inicialmente del universo solo quienes que tienen socios, para compararlos con los resultados de quienes emprenden solos. Para la validación de esta hipótesis tomamos las siguientes preguntas: número de socios en la empresa; ¿Cuándo acepto al otro y lo integro como parte de mi existencia, la ética más allá de lo bueno o lo malo pasa a ser conciencia?; ¿soy responsable de otros, aunque no los conozca; cuidar de uno mismo es un acto colectivo y no individual?; ¿no importa la tipología la prioridad siempre será el otro; la libertad está limitada por la responsabilidad por el otro?.

La muestra está distribuida en 156 emprendedores que trabajan solos, 156 que están con otro socio y 99 emprendedores con empresas

de tres socios en adelante. Posteriormente al cruce de las variables, encontramos que no hay una diferencia significativa entre las variables por lo cual se podría concluir que no necesariamente ser único dueño de la empresa significa no pensar en otros, ni tampoco el hecho de tener socios significa necesariamente que se tiene presentes a otros en la toma de decisiones.

- Los emprendedores que afirman la importancia de la ética, titubean a la hora de presentárseles una decisión poca ética

Con miras a revisar la hipótesis, se tomaron 374 emprendedores que afirman que la formación ética es importante en el ejercicio empresarial y se cruzan con las siguientes preguntas: ¿En un caso hipotético en el que va a tomar una decisión que no es ética, le preocupa que se den cuenta los demás? En este caso encontramos que el 68% ratifica su preocupación no por el tipo de decisión a tomar sino por la imagen que puede generar si se hace público que es poco ética; el 18% está en un punto medio en el que no define si le preocupa o no y el 27% afirma que no es relevante si se enteran o no. Para la siguiente variable se hizo alusión al anillo de Giges de la República de Platón (Platón, 2008) que propone la posibilidad de tener un objeto que, al usarlo te permitiera tomar ventaja para tu empresa sin que nadie se entere, ¿lo usarías? El 52% afirma que sí lo usaría, el 21% no está seguro de usarlo o deja sentada una posición más desde la conveniencia de la situación que en una posición firme frente a la decisión ética y el 27% afirma que no lo usaría. Finalmente, para la pregunta:

¿En un escenario donde su empresa no sea ética para tomar decisiones le preocupan más las consecuencias legales que afectar a otros? Se evidencia que el 47% de los emprendedores afirma que le preocupa más el tema legal que las consecuencias de la decisión. De aquellos a los que les preocupa que con una decisión poco ética se den cuenta los demás el 51% usarían el anillo, el 21% no toman posición y el 28% afirman no usarlo.

A continuación, se presentan los resultados del análisis de factorización de ejes principales, con rotación *oblimin* para el instrumento, se encontraron doce factores a los que a partir de un referente teórico se le da un nombre descriptor:

Factor 1

- Siempre pensar en los otros cuando tomas decisiones puede ponerte en desventaja.
- Si estas en un equipo de trabajo y tienen el mismo poder de decisión, te adelantas a los acontecimientos y procuras tomar las decisiones antes de que sea tarde, en lugar de esperar a llegar un consenso.
- Consideras que para pensar en el bienestar del otro es necesario conocerlo.

Descriptor: reconocimiento del Otro

Referente teórico: en el emprendimiento siempre se trabaja con otros y para otros, la esencia primordial de la empresa irremediamente

es el Otro, llámese cliente, equipo de trabajo, comunidad, autoridad, lo que nos lleva a la importancia del reconocimiento del otro teniendo en cuenta que “el individuo concreto solo puede ser rescatado por una salida hacia el otro que al mismo tiempo sea ética” (Levinas, 2002, p. 19).

Factor 2

- Monitoreas el actuar ético de tus colaboradores o socios permanentemente.
- Cuentas con un código de ética de la empresa y es conocido por el equipo de trabajo.
- Te sientes motivado para actuar éticamente en un mercado competitivo donde prima la rentabilidad.
- Conviertes a sus competidores en aliados de tu empresa.
- Tus productos o servicios mejoran las condiciones de vida de tus clientes.
- La ética empresarial es el conjunto de lineamientos que no puedo transgredir.

Descriptor: responsabilidad

Referente teórico: “Desde el punto de vista ético, se considera que toda fuente de riqueza es social y por tanto implica responsabilidades sociales en quienes se benefician de ella, tanto más cuanto más provecho obtengan” (Savater, 2015, p. 16), la mirada de cada una de las seis

preguntas que agrupan el factor número 2 están relacionadas con la responsabilidad que se asume con los *Stakeholders*.

Factor 3

- Las orientaciones éticas determinan tu estilo de dirección.
- Tus orientaciones éticas definen cómo y con quién te relacionas.
- Los comportamientos éticos están determinados por las dinámicas de la industria.
- La libertad está limitada por la responsabilidad por el Otro.
- Si puedes hacer algo para que te adjudiquen un contrato millonario en el cual estás compitiendo con otras empresas y nadie se dará cuenta de que lo ganaste por esa razón, ¿lo harías sin pensar?
- Si estas a punto de cerrar la empresa porque entraste al valle de la muerte y aparece una oportunidad de N mil millones de pesos que no es ética, pero hay un vacío en la ley que te permite no tener consecuencias, ¿la tomarías sin pensar?

Descriptor: normas éticas

Referente teórico: cuando la ética es vista como un conjunto de normas y no como la posibilidad de acoger al otro, se entra inevitablemen-

te en las dinámicas de lo que la Corte Constitucional colombiana (2015) en la Sentencia C-150 denomina como “mercados competitivos” en el que “un proceso de rendición de cuentas en las mismas condiciones que el resto de entidades podría resultar problemático” (Corte Constitucional, 2015) y es por ellos, que en nombre de esos mercados competitivos se crean acciones poco éticas pero que no transgreden la norma ya que “el estado de guerra suspende la moral (...) y proyecta su sombra por anticipado sobre los actos de los hombres” (Levinas, 2002, p. 47).

Factor 4

- Si tuvieras un objeto que al usarlo te permitiera tomar ventaja para tu empresa sin que nadie se entere, ¿lo usarías?
- Has estado tentado a tomar decisiones que solo te benefician a ti y pueden afectar a otros.
- En un escenario donde tu empresa no sea ética para tomar decisiones te preocupan más las consecuencias legales que afectar a otros.

Descriptor: borramiento el rostro

Referente teórico: En el factor 4 encontramos el borramiento del rostro como un aspecto coincidente en las preguntas, ya que, si omito al otro puedo fácilmente tomar decisiones poco éticas como se evidencia en el anillo de Giges de Platón (Platón, 2008), no obstante,

omitir al otro no significa inexistencia, “la invisibilidad no indica una ausencia de la relación, implica relaciones con lo que no está dado, de lo cual no hay idea” (Levinas, 2002, p. 58).

Factor 5

- Cuando asistes a una reunión donde no conoces a nadie, generalmente, terminas con datos de quien le aporta a tu proyecto y no de los demás.
- Has dado alguna comisión o incentivo a alguien para beneficiarte en una venta o contratación.
- El actuar éticamente tiene la finalidad de actuar correctamente dentro de la ley en lugar de pensar en procurar el bien común.

Descriptor: egoísmo

Referente teórico: el bien personal sobre el bien común hace parte de las dinámicas empresariales, esto si se considera que “el capitalismo parece no soportar la moral, a no ser al estilo maquiavélico, es decir, para servirse de ella y utilizarla para sus propios fines, porque el móvil fundamental consiste en la obtención de la mayor ganancia posible y además presupone una visión del hombre como *Homo oeconomicus*, que en el fondo instaura el egoísmo como base antropológica y moral del sistema” (Cortina, 2003, p. 55).

Factor 6

- Los emprendedores sociales son los que se concentran más en el otro que en las utilidades de la empresa
- No importa la tipología, la prioridad siempre será el otro.
- Vivimos en un mundo competitivo donde nuestra educación en el hogar, la sociedad y en las instituciones educativas por las que pasamos a lo largo de nuestras vidas nos enseñan que debemos ser los primeros, los mejores y que la prioridad debo ser yo.

Descriptor: perspectiva ética

Referente teórico: cada uno cree que su propia verdad, sus propias ideas, son únicas, la totalidad es la creencia de que primero está lo propio y luego lo del Otro totalizándose a sí mismo, haciendo de sí mismo el todo y es allí donde excluimos al Otro “de modo que la perspectiva ética se ejerce en el juego empresarial de diversos planos. Primero a nivel personal o individual de acuerdo a la tarea que cada uno desempeñe” (Savater, 2015, p. 1).

Factor 7

- Cuando acepto al otro y lo integro como parte de mi existencia, la ética más allá de lo bueno o lo malo pasa a ser conciencia.

- En los procesos de acompañamiento siempre se trabaja el componente ético por algún docente o asesor.
- Las entidades del ecosistema tienen metodologías diseñadas para trabajar la ética.

Descriptor: acompañamiento

Referente teórico: “olvidar el aspecto ético de la iniciativa emprendedora lleva a un conocimiento incompleto de la realidad de emprender con todas sus consecuencias” (Melé, 1999, p. 28), por lo tanto, se considera fundamental en los procesos de acompañamiento del ecosistema emprendedor trabajar la ética como parte constitutiva del proceso.

Factor 8

- En un caso hipotético en el que vas a tomar una decisión que no es ética, te preocupa que se den cuenta los demás.
- Consideras la empresa, como una actividad comercial y no como una actividad humana, con una finalidad social.

Descriptor: relación con el Otro

Referente teórico: la ética vista como la posibilidad de relación con el otro, permite “un recorrido sin regreso a la mismidad, una salida hacia la alteridad, que permita leer a la filosofía como sabiduría del amor entendida en el sentido ético, es decir cómo relación con el otro” (Levinas, 1998, p. 26).

Factor 9

- Buscas permanentemente alianzas con otras empresas para desarrollar tu negocio
- La ética es puramente subjetiva en la medida que pretende el cumplimiento de la norma y no el bienestar del otro

Descriptor: Fraternidad

Referente teórico: “es necesario que la sociedad sea una comunidad fraternal para adecuarse a la medida de la lealtad, de la proximidad por excelencia” (Levinas, 2002, p. 228) con el fin de buscar el bien común más allá del cumplimiento de la norma y procurar el bienestar del Otro.

Factor 10

- Cuidar de uno mismo es un acto colectivo y no individual.
- Cuando el otro no está en igualdad de condiciones, no es interlocutor desde la reciprocidad.
- Las normas éticas son prohibitivas y marcan el límite de las decisiones.

Descriptor: irreductibilidad

Referente teórico: “la proximidad del Otro mostrándome su rostro, en sociedad conmigo, y las implicaciones de este reencuentro vuelcan en ética el juego lógico y ontológico de lo mismo y lo otro” (Levinas, 2014, p. 64), entendida la irre-

ductibilidad como la condición de alteridad teniendo en cuenta que soy con el otro y lo otro ya que no existimos en singular.

Factor 11

- Actuar de forma ética en un mercado competitivo es rentable.
- En el campo empresarial existen relaciones desinteresadas.
- Soy responsable de otros, aunque no los conozca.

Descriptor: proximidad

Referente teórico: el presente factor evidencia la necesidad humana de la proximidad donde prima el otro y “la proximidad como categoría humana es el resultado de un aproximarse sin tocar, sin manipular, sin sojuzgar, sin dominar” (Esquirol, 2006, p. 64).

Factor 12

- La formación ética puede desarrollar la capacidad de ver el mundo desde la perspectiva del otro.
- La enseñanza de los valores fue reiterativa en tu infancia.
- La formación ética es importante en el ejercicio empresarial.

- Me siento totalmente implicado en mi tarea cuando trabajo con un grupo de personas con las que comparto valores similares.

Descriptor: formación ética

Referente teórico: En el presente factor se evidencia la necesidad de formar a los emprendedores en temas de ética, sentar las bases para la toma de decisiones que, permita un mercado que no confunda la subjetividad con la falta de ética

ya que “el problema del olvido de la ética o de su consideración superficial es, a mi juicio, la ruptura intelectual entre dos aspectos inseparables de la acción humana: lo que se produce (resultados) y lo que la acción causa en el sujeto (mejora o deterioro personal)” (Carné, 1999, p. 196).

Adicionalmente se analizan las correlaciones tomando exclusivamente las que tienen un valor superior a 0,50 (**tabla 1**).

Tabla 1.

Correlación 1

Correlación 1	Si estás a punto de cerrar la empresa porque entraste al valle de la muerte y aparece una oportunidad de N mil millones de pesos que no es ética, pero hay un vacío en la ley que te permite no tener consecuencias, la tomarías sin pensar.	Los comportamientos éticos están determinados por las dinámicas de la industria.
Si puedes hacer algo para que te adjudiquen un contrato millonario en el cual está compitiendo con otras empresas y nadie se dará cuenta de que lo ganaste por esa razón, ¿lo harías sin pensar?	0,650**	0,540**

Fuente: elaboración propia (2021).

En la correlación 1 se evidencia que quienes están dispuestos a incurrir en comportamientos al margen de los lineamientos éticos son quienes están dispuestos a salvar su empresa a costa de cualquier decisión y consideran que depende de la industria en la que se encuentren lo que determina la orientación ética.

Tabla 2.

Correlación 2

Correlación 2	Tus orientaciones éticas definen cómo y con quién te relacionas.
Las orientaciones éticas determinan tu estilo de dirección.	0,652**

Fuente: elaboración propia (2021).

La correlación 2 está asociada con los aspectos de la personalidad que involucran temas de relacionamiento, teniendo en cuenta que, la personalidad determina el estilo de dirección y a su vez, el tipo de alianzas y relacionamiento con sus pares, clientes y proveedores, evidenciando que, si el emprendedor tiene claro su comportamiento ético, buscará cercanía con quienes tengan la misma orientación ética independientemente de cuál sea esta.

Tabla 3.

Correlación 3

Correlación 3	Los comportamientos éticos están determinados por las dinámicas de la industria.
Si estás a punto de cerrar la empresa porque entraste al valle de la muerte y aparece una oportunidad de N mil millones de pesos que no es ética, pero hay un vacío en la ley que te permite no tener consecuencias, la tomarías sin pensar.	0,529**

Fuente: elaboración propia (2021).

La correlación 3 permite identificar una decisión basada en la supervivencia de la empresa. Sin embargo, no debería ser la motivación para el actuar ético o no, adicionalmente, quienes están de acuerdo con justificar la decisión poco ética en aras de la supervivencia justifican sus decisiones por los comportamientos de la industria, convirtiendo la ética en un elemento puramente subjetivo donde se aplica a conveniencia.

Tabla 4.

Correlación 4

Correlación 4	Si tuvieras un objeto que al usarlo te permitiera tomar ventaja para tu empresa sin que nadie se entere, ¿lo usarías?
Has estado tentado a tomar decisiones que solo te benefician a ti y pueden afectar a otros.	0,572**

Fuente: elaboración propia (2021).

Según la correlación 4, quienes han estado tentados o están dispuestos a tomar decisiones que solo generan beneficios de una sola vía, son aquellos que podrían tomar ventaja de hacerse invisibles para que los demás no se den cuenta lo que hacen, ocultándose tras el objeto y borrando la duda de las decisiones egoístas, reflejando el temor a ser juzgados por sus decisiones, lo que evidencia que son conscientes de que no son decisiones éticas, pero aun así las tomarían si tuvieran la oportunidad.

Tabla 5.

Correlación 5

Correlación 5	Convierte a sus competidores en aliados de su empresa.
Busca permanentemente alianzas con otras empresas para desarrollar su negocio.	0,553**

Fuente: elaboración propia (2021).

En la correlación 5 se identifica claramente la ética, entendida en clave de responsabilidad con el Otro y por el Otro, como aquella en la que el amparo o la acogida se refieren justamente a solicitud y cuidado por el otro, lo que se ampara es aquello que puede crecer y dar frutos, amparar es proteger, es un gesto que cobra sentido cuando revisamos nuestros actos frente a aquellos que somos responsables.

Tabla 6.

Correlación 6

Correlación 6	Sus productos o servicios mejoran las condiciones de vida de sus clientes.	Monitorea el actuar ético de sus colaboradores o socios permanentemente.	Cuenta con un código de ética de la empresa y es conocido por el equipo de trabajo.	Se siente motivado para actuar éticamente en un mercado competitivo donde prima la rentabilidad.
Convierte a sus competidores en aliados de su empresa.	0,572**	0,588**	0,621**	0,507**

Fuente: elaboración propia (2021).

En cuanto a la correlación 6, podemos encontrar que quienes convierten una situación negativa en positiva son quienes se preocupan por el otro, trabajan articulados con el equipo de trabajo, se preocupan por las condiciones de vida de sus clientes, se sienten motivados a actuar éticamente, aunque esto no afecte su desarrollo empresarial. Se genera una estrecha relación entre aquellos que reconocen que no es posible tener una mirada solipsista porque es precisamente la posición de que el otro existe lo que le permite ser como empresa ya que la ética no es un discurso egoísta, esto si se considera lo que Levinas: “la relación ética que sostiene el discurso, no es, en efecto una variedad de la conciencia cuyo radio parte del yo. Cuestiona el yo. Este cuestionamiento parte del otro” (Levinas, 2002, p. 209).

Tabla 7.

Correlación 7

Correlación 7	Se siente motivado para actuar éticamente en un mercado competitivo donde prima la rentabilidad.
Sus productos o servicios mejoran las condiciones de vida de sus clientes.	0,531**

Fuente: elaboración propia (2021).

La correlación 7 permite identificar que quienes procuran mejorar las condiciones de vida de sus clientes son aquellos emprendedores que se sienten motivados a actuar éticamente, lo que evidencia que, se preocupan por hacer lo correcto “por eso la relación con el otro o discurso es, no solo cuestionamiento de mi libertad, la llamada que viene del otro para convocarme a la responsabilidad, no solo la palabra por la cual me despojo de la posesión que me constriñe” (Levinas, 2002, p. 226) y si bien la relación con el otro es discurso esa esencia en la relación ya de por si es ética.

Tabla 8.

Correlación 8

Correlación 8	Cuenta con un código de ética de la empresa y es conocido por el equipo de trabajo.	Se siente motivado para actuar éticamente en un mercado competitivo donde prima la rentabilidad.
Monitorea el actuar ético de sus colaboradores o socios permanentemente.	0,597**	0,608**

Fuente: elaboración propia (2021).

En la correlación 8, es claro que quienes monitorean el actuar ético de sus colaboradores son quienes en efecto, tienen un código de ética que ha sido socializado con su equipo de trabajo y están tan internalizadas las prácticas éticas en su organización y se siente motivado y no le preocupa actuar éticamente, aunque en el mercado prima la sostenibilidad.

Conclusiones

En la revisión posterior, más allá de las hipótesis que se pretendían validar, se encontró que si bien los jóvenes de 18 a 25 años podrían ser un poco más atrevidos a la hora de contestar las preguntas en las que se validaba el actuar ético a partir de una pregunta hipotética, se observa que su elección es prudente, en la medida en que, consideran que no lo harían, sin embargo, y dado que aún están fuera de las dinámicas de la industria, podrían considerarse preguntas a realizarse a los mismos encuestados una vez lleven 3 a 5 años en el mercado y hayan entrado en las dinámicas, para así saber, si realmente esas personas frente a la experiencia decisoria se comportan de igual manera.

Por otro lado, encontramos un alto porcentaje de respuestas valoradas en 3. teniendo en cuen-

ta que, las opciones de 1 (completamente en desacuerdo) y 5 (completamente de acuerdo) estuvieron como opciones preferenciales. En preguntas como: *¿Pensar en otros puede ponerlo en desventaja?, ¿si pudiera hacer algo para que le adjudiquen un contrato sin que los demás se den cuenta lo haría?*, son preguntas en las que prima la opción 3 (ni completamente de acuerdo ni completamente en desacuerdo) donde se evidencia una posición que no permite identificar la inclinación real frente a las respuestas, se esperaría mayor acercamiento al 1 o al 3 teniendo en cuenta que, es en un tema ético donde se solicita tomar posición. En este caso, y para el objetivo de la investigación que es la mirada del otro en la toma de decisiones, se analiza desde otro ámbito, pero se podrían encontrar resultados interesantes en un análisis posterior si se hace una caracterización por edades, tipologías, tiempo con la empresa, entre otras variables.

Los resultados de la investigación permiten identificar la necesidad apremiante de diseñar programas de acompañamiento y formación en temas éticos en una mirada que va más allá del conjunto de valores, normas y principios que reflejan la cultura de la empresa, que si bien son importantes actualmente no se están trabajando con la intensidad que los mismos emprendedores manifiestan, trabajando la ética desde la mirada del otro como principio de responsabilidad en la toma de decisiones.

Para futuras investigaciones aparecen temáticas importantes como códigos de ética en las empresas nacientes, dinámicas de la industria que motivan a decisiones poco éticas, sociedades basadas en la correspondencia ética y la ética como virtud en el emprendedor.

Referencias

- Carné, D. (1999). *Consideraciones éticas sobre la iniciativa emprendedora*. Eunsa.
- Corte Constitucional. (2015 de abril). *Sentencia C-150*. M. P. González Cuervo, M.
- Cortina, A. (2003). *Ética de la empresa*. Trotta.
- Esquirol, J. (2006). *El respeto o la mirada atenta*. Gedisa.
- Estrada-López, H., Saumett-España, H., Cáceres-Martelo, A., Blanco-Ariza, A. B., Melamed-Varela, E., Palacio-Flórez, A. K., & ... & Ortiz-Torres, M. (2020). *Prácticas de ética y responsabilidad social en pequeñas empresas*. Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar.
- Gemma, J. (3 de Junio de 2021). La importancia de la ética en los negocios. *Business*. Obtenido de <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/rr-hh/la-importancia-de-la-etica-en-los-negocios/>
- Heidegger, M. (1971). *El ser y el tiempo*. Fondo de Cultura económica.
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.
- Levinas, E. (1974). *Humanismo del otro hombre*. Siglo XXI.
- Levinas, E. (1993). *El tiempo y el otro*. Paidós.
- Levinas, E. (1998). *La huella del otro*. Tauros.
- Levinas, E. (2002). *Totalidad e infinito*. Sígueme.
- Levinas, E. (2014). *Alteridad y trascendencia*. Arena libros.
- Melé, D. (1999). *Consideraciones éticas sobre la iniciativa emprendedora y la empresa familiar*. Eunsa.

Nussbaum, M. (2010). *Sin fines de lucro*. Katz Editores.

Platón. (2008). *La República*. Akal. Obtenido de https://www.akal.com/libro/la-republica_34165/

Qero Virla, M. (2015). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248-252.

Santos Ortega, A. S.-P. (2021). El dispositivo emprendedor: Interpelación ética y producción de nuevos sujetos del trabajo. *Revista Española de Sociología*(30.(3)), 1-17. Obtenido de <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/download/83649/65687/>

Savater, F. (2015). *Ética para la empresa*. Conecta.

Tristán-López, A. (2008). Modificación al modelo de Lawshe para el dictamen cuantitativo de la validez de contenido de un instrumento objetivo. *Avances en Medición*, 6(1), 37-48.