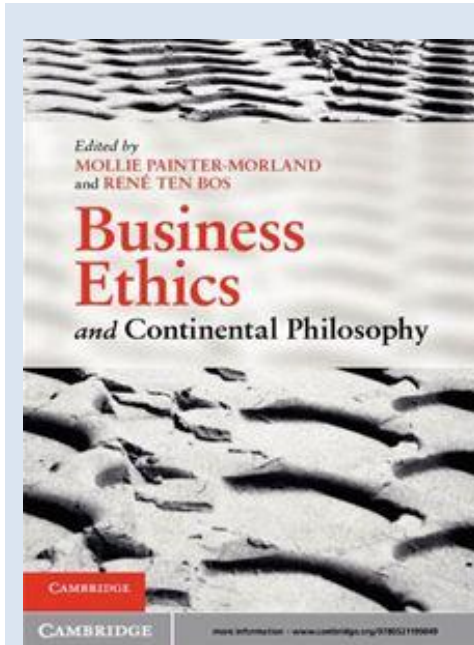


# Business Ethics and Continental Philosophy

1 de octubre de 2012



## Business Ethics and Continental Philosophy

Escrito por Mollie Painter-Morland, René ten Bos

392 paginas.

Realizado por:

Javiera Cifuentes  
Eric Contreras  
Angelica Cordova  
Cristian Chehade

Profesor:  
Teodoro Wigodski

### Focus

### Take-Aways

- El uso de códigos de ética con el fin de imponer una cultura organizacional puede terminar suplantando la capacidad de decisión ética y toma de responsabilidades personales, por una mera adhesión a las reglas del código
- La libertad es un factor crítico para la existencia de decisiones éticas. Sin ella, la decisión es ficticia
- La toma de decisiones morales no puede instrumentalizarse o estudiarse como proceso, dado que la existencia de la decisión ética está dada por una elección que no puede ser calculada de antemano
- Conceptos como cultura y ciudadanía corporativa fijan a las firmas con una cierta identidad.
- Las malas prácticas empresariales se expande desde manzanas podridas a las comunidades empresariales.

## Relevance

- El uso de códigos de ética con el fin de imponer una cultura organizacional puede terminar suplantando la capacidad de decisión ética y toma de responsabilidades personales, por una mera adhesión a las reglas del código
- La libertad es un factor crítico para la existencia de decisiones éticas. Sin ella, la decisión es ficticia
- La toma de decisiones morales no puede instrumentalizarse o estudiarse como proceso, dado que la existencia de la decisión ética está dada por una elección que no puede ser calculada de antemano
- Conceptos como cultura y ciudadanía corporativa fijan a las firmas con una cierta identidad.
- Las malas prácticas empresariales se expande desde manzanas podridas a las comunidades empresariales.

## Abstract

### 0.Introducción: cruces críticos

Este libro como muchos otros de ética es interdisciplinario. Aborda psicología, sociología, filosofía, etc, pero lo que lo vuelve distinto a los demás son los cruces críticos de todas estas áreas de estudio. No se presentan verdades sino que se insta al cruce de posiciones para que el lector pueda analizar críticamente qué aún no se pregunta y pueda tener distintas visiones. Si se pudiera entender y reconsiderar las primicias básicas sobre las prácticas empresariales se podría crear una diferencia en nuestro mundo.

La filosofía tiene múltiples ramas, dos de ellas son la filosofía analítica y la continental. Los filósofos continentales se preguntan cosas básicas como la esencia de la vida, del ser humano, si el alma humana es inmortal o no. Por lo que su trabajo es mirado como "Arte" y no ciencia, la cual venerada como objetividad y razón, por los analíticos que tratan de crear proposiciones y afirmaciones a las preguntas de la filosofía.

La ética en los negocios ha tomado la agenda analítica determinando normas de actuar. O sea, no ha estado predispuesta a reevaluar el Status quo. Entonces se ha vuelto imposible cuestionar las motivaciones comerciales en temas como beneficios, responsabilidad limitada o construcción de valor reputacional. Y la pregunta central sólo ha sido cómo hacer que la ética pueda hacer más rentable un negocio.

Para comenzar la lectura del libro se deben clarificar algunos conceptos básicos. Estos son:

- Moral: Normas y valores que dicen que es lo que está bueno o malo en una sociedad.

-Ética: Es la disciplina de cuestionarse si se está de acuerdo o no con lo que es comúnmente aceptado como bueno o malo.

- Relativismo: La aplicación de diferentes estándares morales a diferentes problemas éticos.

Absolutismo: Usar siempre los mismos códigos morales. Los continentales no están de acuerdo con lo último.

## 1. Introducción: cruces críticos

Por lo general, las decisiones corporativas son tomadas por un individuo que puede ser un gerente o un director de una empresa pero casi siempre son más personas las que se generan el proceso de decisión.

En 1970 por Peter French argumentaba que las corporaciones actúan como agentes morales igual como lo hacen los humanos individuales, por lo que deben hacerse responsables igual que ellos. También tienen la capacidad de tomar decisiones racionales a través de las estructuras de decisiones internas corporativas. Otros además les atribuyen “ciudadanía corporativa” porque actúan primero en sus comunidades, a través de las actividades económicas, cuidando los derechos ciudadanos, solucionan problemas colectivos

Las críticas a esto han sido que se ha considerado una falacia antropomórfica dándole un carácter humano a algo que no lo es. Un crítico es Bobby Banerjee, quien dice que la “personalidad corporativa” tenía valor en el pasado porque existía regulación estatal para que actuarán por el bien público como un ciudadano cualquiera. Entonces la ley como a las personas les entregaba derechos y libertades. Hoy en día por la desregulación de los mercados se habría perdido ese carácter, luego la personalidad corporativa se reduce a una metáfora, entonces solo quedan empresas con un montón de derechos pero sin ni una responsabilidad real más que la que ellos deseen tomar por cuenta propia. Hoy en día, esta responsabilidad se canaliza a través del movimiento de responsabilidad social empresarial.

De todas maneras, ¿Es correcto darle el poder a las empresas para administrar derechos públicos de su entorno y ciudadanía cercana? ¿Es el objetivo final que las empresas deseen el beneficio social?. La nueva visión empresarial sobre el tema, ha llevado a que se trabaje y promuevan nuevas y mejores conductas éticas, pero de todas maneras existen manzanas podridas y/o barriles podridos que han corrompido las estructuras organizacionales.

Las prácticas e instituciones corporativas han sido creadas bajo la “producción deseada”. Este deseo muestra la producción física nuestros deseos productivos y el capitalismo es la máquina productiva. Con cuestiones como ¿Se desea ser sustentable? ¿crear valor? la empresa se formula una identidad como ciudadano. Pero, según los autores Deleuze y Guattari, existen muchos agentes que tienen interés sobre el actuar de una empresa. Luego se deja de lado la “identidad” para tomar el de “multiplicidad”. Con esta visión se abre otra posición ¿Son las empresas

mecanismos guiados o son organismos? Muchos creen dicen que la empresas funcionan como sistema adaptativos complejos, cambiando constantemente para responder a nuevos desarrollos, pero a las dos visiones principales se suma una tercera: El orden molar donde los flujos moleculares de la producción deseada confluye, reguladas por códigos. Según el orden corporativo los distintos agentes podrán actuar y hacerse escuchar dentro de él de diferentes maneras aunque la multiplicidad va ligada a los órdenes moleculares, las pequeñas partes confluyen en la mayores. Se espera que las organizaciones permitan explorar a sus agente sus posibilidades éticas y que estos sean capaces de disentir en temas de comportamiento y creencias organizacionales.

## 2. Teoría de los Stakeholders

Un Stakeholders es un grupo o individuo que afecta o puede ser afectado por el logro de los propósitos de una corporación. Con esto se incluyen empleados, clientes, proveedores, stockholders, bancos, ambientalistas y muchos otros.

Existen diferentes visiones sobre la importancia de los stakeholders para las empresas. Para Milton Friedman existe una única responsabilidad en los negocios la cual es incrementar los beneficios lo máximo posible con lo que la consideración de stakeholders es peligrosa. Para Edward Freeman sin los stakeholders las compañías no podrían lograr sus objetivos por lo que debe existir la ayuda mutua para la sobrevivencia de las firmas.

Para exponer las relaciones de las firmas con los stakeholders existen tablas taxonómicas donde por lo general se ubica a la firma en el centro apuntando con flechas la dirección de la colaboración en las relaciones empresa-grupo de interés. Donaldson y Preston sugieren otro esquema donde se hacen tres formulaciones tipológicas que encierran en círculos concéntricos a las firmas. La capa exterior muestra la dimensión "descriptiva" de la teoría de stakeholders la que es el potencial valor de la colaboración, mayores alcances de la firma. La capa media es la "instrumental", es decir, la forma que permite la relación entre la responsabilidad social empresarial y el actuar corporativo (divergente, inhumana, etc). Por último se encuentra la capa "normativa" que regula la relación de la empresa con los distintos stakeholders. En estos gráficos se puede reemplazar el centro (la firma) por algún stakeholders principal de la corporación.

Descentralizar estos esquemas no solo es algo gráfico, sino que puede llegar a cambiar la relación egoísta y egocéntrica que poseen las empresas con otros agentes. Se puede convertir una relación en función a una firma en una sistema donde todos los agentes se interrelacionan apoyándose mutuamente.

Según los filósofos continentales la relación de las empresas con los stakeholders se genera en la ontología, es decir, en el que significa ser. Levinas sugiere de acuerdo a esto que el "Otro" se reduce a mí, el "otro" es todo lo que no soy yo. Con esto la responsabilidad del hombre por el otro es inherente al humano y difiere de la ética basada en relaciones de la teoría de los stakeholders.

## 3. Cultura organizacional

En su forma más simple, el término "cultura" se utiliza para comunicar lo que es considerado "normal" en un contexto dado, lo cual incluye lo moralmente

aceptable en una organización. Las empresas suelen publicar declaraciones valóricas y códigos de ética impulsar o imponer una cierta “cultura ética” entre sus empleados, para así crear confianza entre sus stakeholders (clientes, proveedores e inversionistas). Sin embargo, estas declaraciones y publicaciones sobre la ética organizacional dejan de lado dos aspectos críticos: complejidad y libertad.

Cualquier organización presenta complejidades sociales difícilmente abordables por un código único, dadas por subculturas geográficas, sociales, étnicas, funcionales, formativas o de otro tipo, y que generan una serie de distintas interpretaciones a cualquier código o declaración. Por otro lado, el cumplimiento de un código ético puede convertirse en un sustituto de la deliberación ética y la toma de responsabilidades personales.

En relación al último punto se estudia la filosofía de Michael Foucault, quien argumenta que la ausencia de determinismo (o la presencia de libertad) es una condición crítica para la ética, dado que impulsa la capacidad de tomar responsabilidad personal de nuestras acciones. Así, la simple adherencia a un código de ética determinado amenaza con sustituir la capacidad de tomar decisiones éticas y analizar críticamente las acciones personales y de la organización.

## 4. Narrativa de Enron

· Narrativa de Enron:

Enron es el caso de cómo la ética empresarial puede ser muy distinta a lo que se conoce como normal. Esta empresa fue formada en el año 1985 dedicada a la producción de gas natural. Era considerada como una de las empresa mejor de gestión de Estados Unidos, alcanzando \$90 billones de capitalización en los mercados, con gran reputación y con las mejores practicas: Responsable socialmente, filantrópica, con ética empresarial, etc. Era caso de estudio en todas las escuelas de negocios, alabada por como incrementaba año a año sus utilidades nadie se dio cuenta hasta su caída de las fallas éticas que presentaba. La empresa especulaba con sus futuros ingresos mediante la eliminación de sus estados financieros de deudas, reduciendo el precio del stock y escondiendo las bajas en sus ratings de créditos.

Los métodos de los negocios de Enron fueron el lobby financiando fundaciones y teniendo relaciones con distintas autoridades de estados y acercamientos con la familia de George Bush, donde altos cargos de la empresa tomaron también cargos políticos. Además usaron la creación de cuentas e ingeniería financiera para crear reportes optimistas de sus próximas ganancias, contrataron a los mejores estudiantes de finanzas como analistas y a altos cargos bancarios y de finanzas nacionales para el manejo de la empresa. Se volvieron cómplices de los bancos que intermediaban en las inversiones. La empresa tenía rankings para los empleados que fomentaba el miedo de perder sus trabajos y bonos millonarios relativos a las ganancias de la empresa. Pero a pesar de todas las irregularidades nadie mostraba interés en mostrar la verdad financiera de Enron. Un empleado calificaba el periodo como “Buenos negocios versus malos negocios no importa si el valor presente neto es positivo”. La ética empresarial se expande a todos vuelve normal lo que no siempre debería serlo.

## 5. Toma de decisiones morales

En el estudio del proceso de toma de decisiones morales existen distintas aproximaciones, donde el consecuencialismo o utilitarismo y el no consecuencialismo o deontología son las más populares. El primero, desarrollado por John Stuart Mill, se basa en la noción que las decisiones morales pueden ser reducidas a un cálculo de costos y beneficios que apunta a maximizar el bienestar del tomador de decisiones, y del mayor número de personas en la sociedad ("Principio de máximo bienestar"). El segundo, propuesto por Immanuel Kant, postula que las decisiones morales deberían ser tomadas sin considerar las consecuencias, sino en relación a principios morales ("Imperativo categórico") que pueden ser juzgados por cualquier persona, en base a un test de universalización: si se intenta universalizar una actitud inmoral, esta carece de lógica.

En base al pensamiento de Jacques Derrida, se considera que para que una decisión exista, no puede existir un proceso reglamentado que la determine. Así, la existencia de una decisión está dada por la posibilidad de indecidibilidad, esto es la existencia de una elección que no puede ser calculada con anterioridad.

## 6. Justicia Organizacional

Actualmente, la justicia organizacional es entendida dentro de las empresas como en qué medida las personas perciben que son tratadas legítima e imparcialmente por la organización, sus gerentes y compañeros. De esta forma, la idea de justicia responde a la tendencia al egoísmo personal, buscando no ser tratado injustamente por otros. Sin embargo, en base al pensamiento de Emmanuel Levinas, se considera que la justicia organizacional debería basarse en la medida en que cada persona puede ser justa con otros, basado en un deseo de tratar a los otros con justicia.

## 7. Recompensa, Incentivo y Compensación

Surge el cuestionamiento ético sobre las recompensas, incentivos y compensaciones en las organizaciones. Para analizar esto se toma el ejemplo de las grandes sumas de dinero que recibieron como compensación los ejecutivos de las empresas responsables de la crisis financiera en el 2008-2009. Aquí nace la pregunta de si el dinero recibidos por los ejecutivos es éticamente aceptable, siendo que en contraste muchísimas personas perdieron sus trabajos y los ahorros de toda una vida.

Las razones para este pago están, según algunos, en promover el que los ejecutivos tomen las mejores decisiones para beneficiar a su empresa. Son un incentivo para los talentosos. También está el supuesto de que los agentes reaccionarán de manera óptima ante las recompensas.

Existe una diferencia abismante de los sueldos de los ejecutivos y de los de un trabajador normal. Algunos argumentan que esto no es inmoral, ya que en Estados Unidos existe el principio de "employment at will", que quiere decir que un

“Hitler was not a leader but a tyrant”

“One cannot discuss ethics simultaneously with leadership.... Because leadership needs to appear as ethical in order to exist”

“US corporation are expected to give to establish whistle-blowing policies...”

empleado o empleador puede terminar la relación en cualquier momento y el empleador estipula los términos del contrato.

Para muchos el tema de las compensaciones se resuelve con el concepto de justicia. El filósofo John Rawls plantea que bajo el “velo de ignorancia” en que todos fuéramos ignorantes del lugar en la sociedad que fuéramos a ocupar, diseñaríamos una sociedad más justa. Bajo la visión de Rawls se puede argumentar tanto a favor como en contra de las compensaciones que algunos encuentran excesivas. Esto sucede porque los principios de Rawls son abiertos a interpretaciones dado el contexto histórico de cada persona.

Los filósofos continentales Friedrich Nietzsche y Michel Foucault insisten en que para evaluar una situación es necesario un proceso de constante cuestionamiento sobre lo que asumimos como verdades y buscar las raíces de aquello. Es importante la reevaluación y la crítica de las prácticas diarias y ese estilo de vida traerá sus propias recompensas.

## 8.Liderazgo

Existen varios problemas para el estudio de la ética en el liderazgo el primero es su definición ya que existen muchos tipos. Además existen diferentes tipos de liderazgo destacan el liderazgo transformacional, el auto liderazgo y el liderazgo compartido.

EL liderazgo es considerado muchas veces como el factor de éxito o de fracaso en las organizaciones. Muchos estudiosos de liderazgo y ética en la empresa creen que hay que tener cuidado en pensar que la solución para cualquier problema es el liderazgo, ya que esto provoca un embellecimiento del líder. Se llega a pensar que un líder es moralmente superior y esto es peligroso para cualquier organización, también es peligroso pensar en una idealización de un líder otorgándole más características positivas de las que en verdad tiene. Es por esto que surge un planteamiento que dice que el liderazgo tiene que ser bueno moralmente y bueno en la efectividad también. Después se expone que un liderazgo es necesariamente bueno moralmente y que un liderazgo que no lo es, como es el caso de Hitler, no es liderazgo ya que el liderazgo implica ir en pos del bien. No es posible estudiar la moralidad del liderazgo ya que el liderazgo es en si mismo moral para ser considerado liderazgo.

## 9.Denuncia de irregularidades

EL denunciante es a veces visto como héroe y otras veces como traidor, esto depende de la cultura y de los diferentes involucrados. Muchas veces el denunciar es visto como algo moralmente reprochable dentro de los espacios en donde se generan lealtades como por ejemplo entre gente que trabaja o viven juntos. En E.E.U.U. la legislación y la regulación motivan a las empresas a tener canales propios para las denuncias, ya que se cree, que esto permite corregir las malas conductas de las empresas y tiene un beneficio positivo tanto para la sociedad como para la empresa. Es importante que este canal sea confiable para que las personas se animen a denunciar y no haya una cultura de quedarse callados. La principal razón para denunciar es que la persona se considere responsable del problema, además existen muchos factores como el tipo de empresa y el tipo de

“Europeans generally think that the interest of society cannot or should not affect the duty of loyalty”

persona. En Europa no se tiene la misma visión las personas tienen un mayor respeto por la lealtad, valoran el derecho a poder defenderse de acusaciones sabiendo quien te acuso y además pueden ocurrir juicios erróneos sobre personas. La vida del denunciante cambia y este tiene que asumir muchos costos personales, esto hace repensar los costos y las ganancias de denunciar. Si bien los beneficios pueden ser menores a los costos de delatar se puede esperar que las personas se hagan responsables de esto apelando a su moral y emociones humanas.

## Capítulo 10: Marketing, mala fe y responsabilidad

El Marketing influencia toda nuestra vida, ya que va más allá de promocionar y vender un producto. Se utilizan técnicas que aluden a las sensaciones que nos producen ciertas situaciones que nos hacen querer consumir. Muchas veces se utilizan estereotipos de personas, se eligen como blanco a los más vulnerables, por ejemplo niños. Existe entonces el cuestionamiento ético del marketing, que se focaliza en la falta de información, manipulación y las consecuencias del materialismo. Es importante por consiguiente un proceso de hacer una decisión ética, por ejemplo para saber si es adecuado poner una cierta imagen como anuncio.

Jean Paul Sartre argumenta que el hacer viene antes que el ser, es decir, que nacemos sin un destino fijo y es a través de nuestras opciones que conformamos nuestro ser y plantea que la mala fe es una conducta que niega esta libertad y que trata de ocultar que lo que somos es consecuencia de nuestras decisiones. La mala fe juega un rol importante en el hecho de solo “tener” responsabilidad en contraste con “asumir” responsabilidad. Es en este último punto donde se pueden lograr los cambios, en que se tiene una motivación por lo que se está asumiendo. Llevado al contexto del marketing, quienes ofrecen sus productos deben asumir la responsabilidad de la forma en que llevan a cabo su tarea.

## 11.Responsabilidad social de las empresas

La responsabilidad social de las empresas, o CSR por sus siglas en inglés, se refiere a la integración voluntaria de ellas en la preocupación sobre la sociedad y el medio ambiente en las decisiones de las empresas. Se analiza el caso de BP, en que ocurrió el derrame de petróleo en el Golfo de México. Esta empresa decía comprometerse con el cuidado del medio ambiente, pero este incidente bajó su reputación. Se acusó a BP de cortar costos en seguridad, hecho que podría haber provocado la tragedia.

Se cuestiona el término de CSR, ya que según algunos sugieren que se trata de mucho pensar y mucha teoría en vez de actuar y tener buenas prácticas. Por ello surge el término de “Corporate social responsiveness”, que se refiere a la capacidad de la empresa de responder ante temas sociales. El discurso de la CSR se contradice, ya que existe una gran diferencia entre las intenciones de los líderes de negocios y como realmente se comportan e impactan en el mundo. Heidegger propone un cuestionamiento de la CSR, en que primero se debe saber qué se está preguntando antes de preguntar. Plantea el cuestionamiento destructivo, en el que se cuestiona una tradición, como es la CSR, de tal manera que se confronte



con sus propios prejuicios y lo que la constituye. Se busca que a través de estas preguntas surjan nuevas ideas para que las empresas realmente tengan prácticas que aporten a la sociedad.

## 12. Estándares para la responsabilidad corporativa

Waddock define la responsabilidad corporativa como la estrategia y prácticas operacionales que una empresa desarrolla en su organización de las relaciones que impactan en la sociedad, stakeholders y el entorno natural. Mundialmente se definen estándares, los cuales son convenientes tanto para la sociedad como para las empresas, que tienen la presión de los stakeholders y además obtienen un beneficio en sus negocios.

Existen estándares basados en principios, basados en reportes y estándares de certificación. Éstos tres tipos de estándares no son excluyentes, sino complementarios.

La filosofía continental nos hace desafiar la idea de la estandarización y podemos concluir que no se puede afirmar que sea inefectiva. Jacques Derrida introduce el término deconstrucción, que hace referencia a las contradicciones y tensiones que están detrás de un estándar. En este caso hay dos aporías: la primera hace referencia a la dificultad de reconocer el carácter regulativo de un estándar y al mismo tiempo tener que implementarlo. La segunda dice que las decisiones son solo posibles si son imposibles, es decir, que es necesaria la incertidumbre para que haya una decisión si no, no sería tal.

Además un estándar debe poder ajustarse al contexto de los distintos países. El problema de la implementación de los estándares viene cuando hay que reflexionar para no seguirlo ciegamente y al mismo tiempo hay que actuar con rapidez.

No es claro que los estándares provoquen una mejora en la desigualdad social y problemas ambientales, pero sí es obvio que los estándares dependerán de la cantidad de participantes y de la calidad de la implementación.

## 13. Sustentabilidad

Un modelo dice que para que haya sustentabilidad tienen que estar en equilibrio las personas, los beneficios y el planeta. Se justifica la necesidad de sustentabilidad por la cantidad de pobres, por el peligro de que esta cantidad aumente con el crecimiento de la población y por que la producción tiene que estar de acuerdo con la capacidad natural de la tierra de producir. Todos están de acuerdo en que se disminuyen los recursos necesarios para la vida, pero no se está de acuerdo en la tasa de agotamiento de los recursos.

Existen otros argumentos para apoyar la sustentabilidad: es una buena estrategia de largo plazo, es la única manera de poder satisfacer a todos, puede generar eficiencias y existen consumidores que prefieren estos productos. Pero por otro lado no hay mucha claridad sobre qué es lo que es la sustentabilidad y algunos piensan en que es un pensamiento utópico.

Se discute que la sustentabilidad es una manera de dejar las cosas como están, y que puede ser un parche para los modelos existentes, además que suelen ser medidas que los países ricos toman en contra de los con menos recursos. Otro

“science is no longer an isolated domain”

“sustainability has become a powerful moral tool used immorally to pester or blackmail...”

“the problems caused by globalization are not only to be addressed by business people or economists”

“globalization as such raises problems of unprecedented moral dimensions”

problema es que a los científicos tienen su voz debilitada en cuanto a que no se les cree por haber estado involucrados en la creación del problema.

Se cree que ya no hay que pensar en sustentabilidad en términos gerenciales sino sobre el rol de la naturaleza y el de la ciencia. Es necesario involucrar a las personas y a las políticas en los dilemas en torno a la ciencia y los negocios. Un problema es que a veces no se producen los cambios necesarios por falta de interés de los consumidores y por que los legisladores no se comprometen.

Queda abierta la pregunta de si las empresas pueden asumir el rol de preocuparse de la posteridad.

## 14.Globalizacion

Existen diferentes ámbitos en donde la globalización sucede, económica, cultural, política...

Se crea un problema en la globalización ya que los diferentes países tienen diferentes culturas y normas morales, y ahora existen productos globales. Además empresas globales tienen que someterse a criterios de diferentes países. Pero como una empresa que está en dos países toma una decisión de en cuál de las culturas usa al enfrentarse a un dilema moral?

Hasta ahora gran parte de la globalización está en manos de las empresas y los ciudadanos del mundo no son parte primordial porque no se organizan y no logran influir en sus políticas locales para generar así políticas globales.

Un problema que ha generado la globalización es que las personas viven en esferas les cuesta más interactuar.

## About the Author

Mollie es Profesor Titular Asociado de Ética Empresarial en la Universidad De Paul en Chicago y Asociados. Es DirectorA del Instituto de DePaul de Ética Empresarial y Profesional. Se desempeña como Editor en Jefe de laNegocios y Ética Profesional Diario y como co-editor de temas de Springer en serie Business Ethics.

Posee multiples libros sobre etica, liderazgo y organizaciones.

René ten Bos is profesor de filosofia en el departament de Management Sciences en la Radboud University. También ha escrito multiples libro la mayoría relacionados con filosofia y organizaciones.