

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

División de Posgrados - Facultad de Economía

Especialización en Alta Gerencia – Seminario de Grado



LA ETICA EMPRESARIAL EN EL DESARROLLO PROFESIONAL

Preparado por:
Fernanda Acosta Ochoa
Código: 6501441

Bogotá, D.C., Septiembre de 2013

ENFOQUES Y PERSPECTIVAS SOBRE LA ÉTICA EMPRESARIAL

“La ética no consiste en formular preceptos caídos o dictados desde el cielo, sino que es consecuencia de tomar consciencia de lo que somos”:

Albert Jacquard

La Ética

La palabra ética tal como es utilizada actualmente proviene de la palabra griega ethos que originalmente se refería a las prácticas y costumbres habituales. Es por ello que definir términos que tienen una larga historia no es sencillo; a lo largo de los años sus usuarios los han ido enriqueciendo con diferentes matices, e intentar ubicarlos en una definición resulta imposible.

El sentido de la ética merece destacarse como un pilar fundamental de la empresa, y como un factor importante dentro de ella. Este factor es especialmente percibido y tenido en cuenta por el público general. Por tal causa, las empresas deben emitir su “Código de Ética” y darlo a conocer a sus accionistas, personal, clientes, proveedores y autoridades vinculadas a la actividad.

El objetivo principal de este ensayo será realizar un recorrido sobre aspectos claves de la ética empresarial; como disciplina, analizando algunos enfoques y perspectivas desde su naturaleza, con el fin de examinar diferentes prácticas y tomar consciencia de la problemática existente.

El estudio de los estándares morales tiene como propósito explícito, determinar en lo posible si una norma moral dada es más o menos correcta; vista así la ética es un estudio normativo de la moralidad. La moralidad a su vez está definida como “los estándares o normas que un individuo o grupo posee acerca de lo que es correcto o incorrecto, o lo que es bueno o malo”. (Velásquez)

Estos estándares son absorbidos por la persona, durante la infancia, de la familia, de los amigos y de varias influencias sociales como la iglesia, la escuela, la televisión, las revistas, la música y las asociaciones. Después a medida que crece, la experiencia, el aprendizaje y el desarrollo intelectual pueden llevar a la persona madura a revisar esos estándares.

Algunos serán desechados, y otros serán incorporados o adoptados para reemplazar a los primeros.

Morris (1997) afirma que 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 en 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.

Si bien la ética es mencionada dentro de las organizaciones, su tono remite equivocadamente a cierta “moral”, pero deberíamos pensar en el concepto ético pero desde una visión pragmática, que es propia de las empresas. Según José Carlos Jaimes Artiaga “Nada es más hábil que una conducta irreprochable”. (Artiaga, 2009)

Desde el punto de vista meramente filosófico, la ética es la ciencia que estudia las actuaciones humanas en cuanto se relacionan con los fines que determinan su rectitud. En general toda ética pretende determinar una conducta ideal del hombre. Desde la perspectiva de la ética especial o de ontología que trata de los deberes que se imponen al hombre según los distintos aspectos o campos en que se desarrolla su vida, es decir la ética empresarial puede ser vista y ubicada en el aspecto filosófico en una buena administración de personal y así darle un correcto desarrollo del ejercicio profesional.

Así las cosas, las normas éticas y morales sobrepasan las prohibiciones de la ley y el lenguaje de "no debes", e incluyen las cuestiones del deber y el lenguaje de "se debe y no se debe hacer". La ética se refiere al deber humano y a los principios en los que se apoyan estas obligaciones. Todas las empresas tienen una obligación ética, con cada uno de los cinco grupos que las constituyen: propietarios, accionistas, empleados, clientes, proveedores y la

comunidad en general. Pero no solo en términos de normas y deberes como reglas, sino en términos de valores: la libertad, la igualdad, la solidaridad, el respeto activo y el diálogo.

La consolidación de una empresa ética basada en éstos elementos: una cultura corporativa sólida (valores contruidos colectivamente), el talento humano como capital principal de la empresa, la calidad como aspiración fundamental, la combinación de la búsqueda de bienes tangibles (materiales) e intangibles (armonía, cooperación, ausencia de conflictos, cordialidad) preocupación por los clientes, trabajadores, proveedores y los competidores, en el marco de sus actuaciones y no solo por sus accionistas; asumir la responsabilidad social por las acciones de la empresa, ejercer una dirección basada en los valores, y predominio de un contrato moral de la empresa con sus integrantes, más allá del contrato legal. (Pública, 2012)

La ética es una rama de la filosofía que interpela sobre la forma de estar y vivir en el mundo de acuerdo a unos comportamientos correctos y adecuados para la sana convivencia y además, acordes con unos valores, ya que ésta, según Guevara (2009), “trata del bien y del mal, de los derechos y de las obligaciones morales, y de los principios que rigen el comportamiento moral de una persona o grupo”

En la vida cotidiana a fin de lograr la sana convivencia, ya que, según Transparencia por Colombia (2011), la ética es un saber reflexivo y práctico acerca de la manera correcta de obrar en todos los campos de la vida cotidiana y que ayuda a resolver los conflictos cotidianos de tal manera que se garantice el bien común y la sana convivencia.

Según Jaramillo (2010) la ética, comprende la moral y los valores, la primera, relacionada con el conjunto de reglas para la convivencia y los segundos, asociados a aquellos argumentos que sustentan lo bueno, lo correcto o justo acerca de algo. La ética comprende elementos como

comportamientos, valores y principios, reglas, argumentaciones valorativas y en cada sociedad se han configurado sistemas éticos que se constituyen como complejidades que rigen a los colectivos humanos, especialmente influenciados por condiciones histórico-culturales. De hecho, según Bajtin (2009), los sistemas éticos suelen ser materiales (de contenido basados en normas morales usualmente universales, y éste debe ser fundamentado en su significación por la ciencia respectiva) y formales (nace de la conciencia que se teoriza y pierde el acto individual).

Lo anterior, permite aproximarnos a los primeros elementos mínimos constituyentes de la ética empresarial: valores y principios, comportamientos y reglas.

Cuevas (2005) destaca que la importancia de la ética de la empresa es que proyecta valores y principios a la realidad, es decir, es una ética que interpela a actuar con acciones socialmente responsables para beneficios individuales y colectivos, y lo que debe ser aún más importante, superando la paradoja contradictoria desde la misma filosofía que mientras cuestiona el “homo economicus”, simultáneamente acepta el sistema de precios del marginalismo. Pero un ejercicio previo desde la ética misma, es llegar a aproximaciones sobre la “empresa”, como participio pasado de “imprender”, derivado del latín “imprehensa” o “prehendere” cuya significancia está en asumir una actividad o tarea que implica trabajo o dificultades, sin perder de vista sus estados históricos precedentes como el taller artesanal y la factoría, hasta nuestros días, al presentarse como todo un complejo paradigma de la modernidad con múltiples definiciones y asociaciones. Las definiciones, generalmente relacionadas con unidad productiva, organización e iniciativa personal y colectiva, mientras que se asocia, entre otras a “management”, “corporation”, “enterprise”, “firm”. Sin embargo, una aproximación no muy reciente, pero que vislumbra un enfoque de connotaciones éticas, nos lo propone Claude

(1998), al afirmar que es un grupo de hombres y de mujeres, reunidos en el marco de un proyecto común, para crear el nexo social, por intermedio de una producción de bienes y servicios materiales o inmateriales, bajo presiones económicas y sociales, en interacción con el medio ambiente. Al aproximarnos al anterior enfoque de empresa, se vislumbran, inexorablemente, comportamientos de quienes son los actores en la empresa, y dichos comportamientos son inherentes a la ética.

Por tanto, como la ética implica comportamientos, luego estos están basados en actos, siendo para la ética de la empresa, fundamental el acto de los negocios, que se configura con ciertas intencionalidades, dependiendo del momento histórico en el que se presente y bajo ciertas condiciones de intercambio, pues según Bajtin (2009), el acto de los negocios es temporal e histórico ya que contribuye a construir empresa y termina convirtiéndose en referente para la acción empresarial.

Dicho acto o actos de los negocios tienen sentido-contenido en un contexto histórico bajo el que deviene, y dicho sentido-contenido lo hace un acto ético (que es singular y unitario), es decir una acción con cierta intencionalidad, bajo determinada percepción del mundo, orientado por ciertos valores y operacionalizado desde ciertas prácticas soportadas en medios (mecanismos o herramientas). Lo anterior sugiere que a la ética empresarial le es inherente una reflexión sobre el acto de los negocios y sobre sus contenidos.

Efectivamente, la ética empresarial por una parte, según Transparencia por Colombia (2011), es una reflexión orientada a lograr la mejor calidad de vida posible para todas las personas que trabajan en una organización, -particularmente en el ámbito de la resolución de

conflictos y la garantía de los derechos humanos- y a desarrollar una mayor conciencia sobre la responsabilidad social de la empresa en busca del bien común; por otra parte, según Guevara (2009) la misma ética empresarial contiene las normas y los principios morales que rigen el comportamiento en el campo empresarial.

¿Cómo se inicia la reflexión en torno a la ética empresarial?

La ética empresarial inicio con la demanda ante algunas actuaciones preocupantes en algunas empresas.

La ética inicio a partir del surgimiento de empresas diferentes a las pequeñas empresas tradicionales, por su forma y organización Jerárquica. Desde allí empieza el incremento de reflexiones ética sobre la actuación de las empresas y sobre su gestión.

En los años cincuenta se aborda el tema del análisis de la responsabilidad social de las empresas y la gestión de los profesionales. Estos planteamientos relucían en el marco religioso, que como función final pretendían aplicar planteamientos morales al mundo de las empresas.

Como consecuencia de la guerra de Vietnam, durante los años sesenta se produce una creciente movilización contra aquello que identifica a la cultura estadounidense. Se cuestionan las actividades de las empresas a partir de las consecuencias sociales de sus actuaciones y se critica el papel imperialista de las empresas norteamericanas en los países del Tercer Mundo.

En esa década también el Club de Roma hace referencia a las consecuencias ecológicas del desarrollo industrial y al consumismo como estilo de vida.

Estas preocupaciones por las consecuencias sociales de las actuaciones empresariales llevaron a formular el concepto de la *responsabilidad social de la empresa*, más allá de los intereses individualistas de los propietarios y directivos. Lo más importante es el cambio de perspectiva: se pasa de la persona a la organización en el tratamiento de los problemas.

Este cambio gradual se hace desde el supuesto de que existe un contrato social implícito entre la sociedad y la empresa: la empresa tiene obligaciones con respecto a la sociedad y tiene que elaborar su política sabiendo que tendrá que dar cuentas ante la sociedad.

Los años sesenta fueron un período de expansión de la reflexión académica sobre las obligaciones de las empresas hacia los diversos grupos sociales, lo mismo que sobre la relación entre desarrollo humano y crecimiento económico. Se siente la necesidad de una formación económica social en el mundo universitario, la cual se realiza mayoritariamente en el marco de instituciones vinculadas a iglesias cristianas. (Cortina, 1998)

En Colombia

El origen de la discusión sobre ética empresarial en Colombia se da con la evolución de las organizaciones, cuando estas sienten la necesidad de tener un factor diferenciador, es en este momento es donde abordan primeramente las actuaciones de la gestión directiva, buscando la aplicación a los diferentes planteamientos de la moral empresarial.

De esta manera se da un cambio en el enfoque, entendiendo que existe una relación entre las organizaciones y la sociedad que las compone, lo que obliga a las altas direcciones a crear políticas claras y transparentes, que sean la guía para tener las mejores actuaciones, de esta manera se entregaran los mejores resultados a la sociedad, quienes al final del ejercicio son los clientes principales, la razón de ser.

“La ética empresarial consistiría, por tanto, en el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidas por una sociedad pluralista – valores que componen una ética cívica al cambio peculiar de la empresa, lo cual requiere entenderla según modelo comunitario, pero siempre empapado de postconvercionalismo” (Cortina, 1998)

Ética empresarial: el nuevo panorama

La ética empresarial abre las puertas a un nuevo panorama, donde la evolución continua juega un papel muy importante, el problema de la ética empresarial radica en que se interponen intereses propios e individuales, sobre los intereses comunes y colectivos que buscan la igualdad.

“El propósito de la ética no es que la gente sea más ética, sino capaz de tomar las mejores decisiones” (Cortina, 1998). Es necesario recalcar que la ética empresarial es una combinación, de valores, conocimientos y capacidades, de esta manera se cumplirá con las expectativas, que las organizaciones esperan de sus directivos.

En la actualidad la ética empresarial es un tema que no solo compete a las organizaciones, también están involucrados el gobierno, la academia, la iglesia entre otros, pero quien en realidad sufre los efectos de la falta de ética en las organizaciones, es la sociedad, pues son estos los principales consumidores de los productos o servicios que estas generan.

Uno de los objetivos principales de la ética empresarial, lleva a que se tomen las mejores decisiones, basadas en valores y principios, para lo cual se forman los profesionales en el país, de esta manera se pueden resolver problemas que a diario se presentan en las organizaciones.

De acuerdo con lo anterior, cada colaborador desde su cargo es responsable de brindar lo mejor de sí a la sociedad. ¿Cómo lo hace? Tomando las mejores decisiones y generando calidad en sus entregables, asegurando que cada cosa que suministra, contribuya al bienestar de la sociedad en general. Es decir que no se busca un bienestar individual, sino común.

Es aquí donde la responsabilidad, los valores, la justicia, juegan un papel muy importante, pues en cualquier momento aparece la posibilidad de caer en actos ilegítimos y como consecuencia se pierde la confianza, eficacia y motivación dentro de los grupos que componen la organización. La reflexión ética entonces se hace necesaria no solo por cumplir, sino que será un componente que genere valor a corto, a mediano y a largo plazo, afianzando el objeto del porque se está ahí, y adicional la confianza que se genera dentro y fuera de los grupos que componen la organización.

El desarrollo de conductas éticas dentro de la empresa genera como resultado la satisfacción del deber cumplido, forjando compromisos, de esta manera se es íntegro y se desarrolla un crecimiento en la sociedad, y en el país.

La esencialidad de una empresa suele venir de la relación de las empresas y las personas que en ellas ejercen. Allí se desempeñan diferentes funciones. Las personas líderes tienen cierta influencia más en el modo y forma en que se desarrollan conceptos éticos dentro de las empresas u organizaciones.

La persona que está frente a la organización suele ser la clave de todo. Si una persona actúa de una forma inadecuada y además justifica las acciones que no son éticas, es evidente que la organización asumirá algo erróneo. Ahora bien, si por el contrario, el líder de esa organización continuamente desarrolla planteamientos éticos y amplía al máximo el despliegue del concepto de ética en su organización, como consecuencia directa las personas a su alrededor van a hacer suyas esas ideas y directrices. En el seno de las empresas y organizaciones se podrán incrementar los niveles de ética siempre. Diferentes autores han planteado posturas éticas, algunas similares, otras contrarias. Es posible identificar en las personas y en las organizaciones con cuál postura se encuentran más identificados y esto va a verse reflejado en sus prácticas y en sus interacciones. (Robert, 1995) El autor tal identifica 12 posturas:

1.- El imperativo Categórico de Kant: Actuar de un modo que el actor crea justo para cualquier otra persona en situación similar.

2.- Ética convencionalista de Carr: Los individuos actúan para promover su interés propio hasta el límite de la ley.

3.- La regla del descubrimiento: Pregúntate cómo te sentirías si los pensamientos y los detalles de tus decisiones fuesen descubiertos o revelados a una audiencia amplia.

4.- La regla de oro: Haz a los demás lo que te gustaría hiciesen a ti.

5.- La Ética Hedonística: haz cualquier cosa de tu propio interés. La virtud está incorporada en lo que es significativo o valioso para cualquier individuo. No hay principios morales absolutos.

6.- La Ética de la intuición de Moore: Las personas están dotadas de un tipo de sentido moral con el que pueden aprender lo que es correcto o equivocado. La solución a los problemas morales subyace simplemente en lo que sienten o entienden que es correcto en una situación determinada.

7.- La Ética del Mercado de Smith: Toma acciones egoístas y sigue la motivación de las ganancias personales en los negocios. Las acciones egoístas en el mercado son virtuosas porque contribuyen al funcionamiento eficiente de la Economía.

8.- La Ética de los medios y el fin de Maquiavelo: Los fines valiosos justifican los medios eficientes. El bien común justifica una trasgresión moral.

9.- La Ética del poder y lo Correcto de Nietzsche: La justicia se define como el interés del más fuerte. Es ético lo que un individuo tiene la fuerza y el poder de lograr.

10.- Principio de Proporcionalidad de Garret: Haz lo que quieras hacer si existe una razón proporcional para hacerlo así.

11.- Ética profesional: Haz sólo aquello que pueda ser justificado ante los colegas.

12.- Ética utilitarista de Bentham/Mill: El mayor bien para el mayor número. Determinar si el daño de una acción está compensado por el bien que genera para otros.

No hay que confundir el concepto de la ética empresarial con el de pseudoética, cuyas notas más características según el profesor García Echevarría expone así:

- El economicismo. La frase manida: “tenemos que ser éticos porque eso es rentable, económicamente hablando”. Encierra en sí misma un concepto que no es propio de una preocupación ética profunda.

- El legalismo. Que mide la calidad ética por las acciones de adaptación a la legalidad vigente.

- El conformismo social o el recurso de aceptar la mayoría como criterio para medir la bondad o maldad de las acciones. (Barronuevo)

Aún así, tomando en consideración esta advertencia, se puede señalar primeramente que “la ética es un tipo de saber de los que pretende orientar la acción humana en un sentido racional; es decir, pretende que se actúe racionalmente (Cortina, 1998:17).

Por otra parte, Etkin (1993) afirma que la ética, es el fundamento cuyos valores esenciales deben organizar la vida social, y se refieren a la libertad y la dignidad humana, así como también se basan en conceptos morales como el bien común, lo bueno, lo equitativo y lo justo.

Analizando estas definiciones se identifican dos conceptos implicados: por un lado las relaciones interpersonales, que caracterizan a los individuos socialmente; y por el otro, un patrón de actuación deseable, donde existe una forma de conocimiento que establece un sistema moral, en la cual se distingue entre lo que se debe hacer y lo que no se debe hacer, elegir entre el vicio y la virtud, entre el bien y el mal.

La ética básicamente puede ser considerada como un saber netamente práctico, para actuar de un modo racional en la vida, consiguiendo de ella lo más posible, para lo cual es preciso saber ordenar las metas de la vida inteligentemente.

Es por ello que desde los orígenes de la ética, suele realizarse una primera distinción en el conjunto de los saberes humanos: *los teóricos*, preocupados por averiguar entre todo qué son las cosas, sin un interés explícito por la acción; y *los prácticos*, a los que importa discernir qué se debe hacer y cómo se debe orientar la conducta.

Asimismo, existen otras posiciones diversas en torno a la ética, abordando en primer lugar la opinión del padre de la ética utilitarista Bentham (2000), según su posición, la ética define lo bueno como aquello que produce placer y lo malo como aquello que produce sufrimiento. Por lo cual, el individuo persigue siempre su felicidad, para él lo bueno es aquello que produce felicidad y el deber del legislador es buscar la armonía entre el interés público y el privado. Agrega también, que el criminal no debe ser castigado con odio, sino sólo para prevenir el crimen, ya que es más importante que el castigo sea seguro a que sea severo.

Por otra parte, una segunda posición se puede tomar de otro precursor de la ética utilitarista Mills (2008), quien afirma que quienes pregonan la moral del sacrificio sólo buscan que otros se sacrifiquen por ellos, por lo que el orden moral es resultado de un equilibrio de intereses. En este sentido, los legisladores obran siempre en su propio interés y solamente el equilibrio de poderes y la opinión pública los orientan hacia el bien común. Además agrega que lo bueno es aquello que produce placer y esto se logra sólo mediante la satisfacción de una necesidad que puede ser de orden físico, emocional, afectivo, intelectual o espiritual. Los deseos pueden

ser buenos o malos según acarreen o no la felicidad general. Por lo tanto la valoración de una acción depende primordialmente de sus consecuencias y no de la intención de la misma.

Este ensayo se apoya en la concepción de la ética utilitarista, por ser la que tiene mayor influencia en el pensamiento contemporáneo de nuestra sociedad y la filosofía del pensamiento de la empresa de tecnología sobre la cual se está investigando. En este caso, la ética utilitarista puede verse justificada en el momento de obtener los resultados ya que las normas se legitiman por su utilidad.

La finalidad de la ética utilitarista es mantener en marcha la tecno estructura, es una ética aceptada por su eficacia. Su finalidad no es realizar al hombre, ni hacer mejores hombres. Su meta es optimizar el funcionamiento de los mecanismos políticos, económicos y sociales.

En este sentido es oportuno introducir el término *ética empresarial*, el cual según Ortiz (1995) es un valor intrínseco de toda actividad económica y organizacional porque cualquier actividad empresarial atrae hacia sí un cúmulo de factores humanos, donde la dignidad personal es un valor que debe presidir las decisiones de cualquier organización y la convicción de que la armonía social exige la práctica habitual de conductas verdaderas.

Asimismo expone Pérez (1998), que la ética empresarial es el conjunto de conocimientos que ayudan a formular juicios acerca de las consecuencias de la aplicación de un plan de acción, en el plano del aprendizaje moral de lo afectado por el plan. En este sentido, afirma Cortina (1998) que la ética empresarial se entiende como un cúmulo de valores, ideas morales y caracteres que persiguen los objetivos por los que la misma existe (satisfacer necesidades humanas).

Apoyando las definiciones anteriores, la ética empresarial tiene que ver con la conducta de los individuos que se desempeñan y dirigen las organizaciones, es el modo como se desarrollan los integrantes de empresas de acuerdo a las normas y patrones reconocidos y aceptados dentro del área organizacional y el ambiente socio-económico en el que se desenvuelven. La ética de las empresas, además de referirse a su responsabilidad con el bien común, es un compromiso con el respeto permanente hacia con todos sus asociados: su personal, sus clientes, sus inversionistas, sus proveedores, sus acreedores y el Estado como representante de la sociedad. Es decir, con lo que hoy se conoce como un grupo de interés o stakeholders. Así, la ética debe contribuir a afianzar la credibilidad y la confiabilidad de toda la sociedad en la empresa, logrando satisfacer los deseos y atendiendo los derechos de todas sus partes interesadas. Si una de esas partes o grupos recibe menos que los otros, la empresa actúa antiéticamente, así como cuando se rehúsa a responder por la calidad de lo que ofrece a sus clientes. Es necesario que los principios de justicia, respeto y responsabilidad hagan parte sustancial de su cultura y estén involucrados en el espíritu y en las acciones de todos sus cuadros o estamentos.

La ética para las empresas debe ser una actitud y una política corporativas. Además de los valores ya anotados, la empresa tiene que tener en cuenta la transparencia como un valor necesario y fundamental, tanto en sus operaciones como en sus cuentas y en todas sus actividades financieras y económicas. Promover, observar y actuar con ética es más fácil cuando se ponen todas las cartas sobre la mesa.

Enfoques sobre la ética empresarial

Una organización transparente contribuye al comportamiento ético de todo su personal y lo defiende de los riesgos de caer en actos o comportamientos ilícitos.

Una ética exigente en los negocios de las empresas, tanto privadas como públicas, demuestra más razones para que surja la confianza en ellas: por la motivación, cohesión y eficacia de todo el equipo de sus colaboradores y porque es así como aparece la confianza que todos los grupos de interés y demás núcleos sociales depositan en la empresa.

Por lo anterior, la ética empresarial es el camino que se debe seguir, pese a sus obstáculos y dificultades. Es necesario tenerla, observarla y cumplirla a toda costa, no sólo por virtud moral, sino porque en el largo plazo la ética genera resultados positivos para todo lo que se relaciona con sus actividades, actos y operaciones inherentes a determinado objeto social, a su razón de ser un valioso y sobresaliente agente económico.

La ética para las empresas es una fortaleza en el mediano y largo plazo, es la seguridad de contar con una organización sana, honesta y transparente. Además, la ética empresarial significa disfrutar de la verdad en el cumplimiento de sus compromisos, y ser reconocida como íntegra y honrada, sin lo cual no es sostenible ni manejable.

Un clima permanente de comportamiento ético en las empresas es un factor de desarrollo económico y social y por lo tanto muy valioso para el país y para toda su población. Se repite así el propósito de la ética: contribuir a la realización del bien común y al bienestar general de la comunidad.

La ética empresarial se distingue, por un lado, de las ciencias empresariales o económicas puramente descriptivas (sin pretensiones normativas) tales como la econometría o la historia económica. Por otro lado, se diferencia de saberes con pretensiones normativas pero no de naturaleza moral, tales como la economía política o la contabilidad.

Diferencia entre ética individual y ética organizacional

Aunque las organizaciones las componen personas, y aunque el carácter personal de los directores tiene importancia decisiva en el perfil ético de las organizaciones, las responsabilidades corporativas no coinciden con las individuales, los métodos de decisión corporativas difieren de los personales, los principios y objetivos de las organizaciones están a veces por encima de las personas y los valores corporativos no tienen por qué identificarse con los valores personales de los miembros de la organización. En definitiva, la ética empresarial tiene componentes -los organizacionales- que la distinguen netamente de la ética individual.

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 lo que se trata de hacer efectivos los valores o principios éticos de una organización. La ética empresarial es, como hemos dicho, una ética de las organizaciones. (Lozano, 1999)

Por ello ha de adquirir un nivel de formalidad innecesario en la ética individual. Tanto los fundamentos como los valores, normas o principios que una ética empresarial

podiera proponer estarán dirigidos a la organización y en consecuencia han de adoptar la forma que tenga sentido y que sea eficaz en términos organizativos. 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.

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 qué se debe hacer en cada momento. Además, algunas de esas personas pertenecen a colegios o sindicatos profesionales, que imponen a sus miembros normas deontológicas estrictas a las que deben atenerse en su trabajo. Casi todas las grandes corporaciones han entendido que una organización responsable es algo más que una suma de personas virtuosa y profesionalmente íntegra. Así lo demuestra la historia de la ética corporativa, que en EEUU acumula ya varias décadas. (Stone, 2001)

Hay muchas razones para plantearse la necesidad de una ética de las organizaciones como ámbito de estudio específico de la ética aplicada. Una de las más sobresalientes es que la ética corporativa ha de hacerse pública; no puede quedar como habitualmente sucede en las convicciones morales individuales, en el "fuero interno". Enfrentadas a sus responsabilidades, las organizaciones no pueden albergar "sentimientos" morales (culpabilidad, vergüenza, orgullo, sentido del deber) como les sucede a las personas que han tenido alguna educación moral. Las organizaciones han de responder a sus responsabilidades con decisiones colectivas.

Para abordar el tema es necesario aclarar, en primer lugar, que las organizaciones no surgen como consecuencia de la generación espontánea, son creadas con una finalidad y un propósito

y, al instituirse, las empresas son responsables de establecer sus códigos y valores y de seleccionar al personal que más se ajuste a los mismos. No es al revés.

Se cree firmemente que las personas pueden alterar la ética existente en las empresas y por ende la percepción de la misma, pero, en realidad, son las personas quienes deben ajustarse a los códigos de ética predominante de la organización que los contrata y los cuales no les han de ser ajenos porque, es obvio que se han de sentir identificadas con ella si mostraron interés por ingresar en esa organización en particular.

Los empleados o colaboradores poseen su propia visión del mundo, expectativas y valores, pero estos elementos han de tender a coincidir con los que posee el ambiente laboral si se desea trabajar en armonía y por un bien común, por tanto, no puede imaginarse que serán los colaboradores quienes marcarán la pauta en relación a las expresiones éticas de la empresa, pues es ésta la que debe establecer la línea a seguir y procurar que se siga a cabalidad.

Las expresiones éticas de la empresa dependerán de los valores que ésta posea y manifieste, si tales valores son contrarios a los que el colaborador posee le será prácticamente imposible ajustarse a los aspectos éticos esperados, por lo tanto, será responsabilidad de la empresa comprobar la coincidencia de valores y expectativas de sus candidatos antes de la contratación y será responsabilidad de los aspirantes determinar si los mismos se ajustan a los propios y por lo tanto pueden ser respetados y modelados sin que ello genere conflictos de ninguna índole. Para ello existe la coestima. (Socorro,2010)

Problemática de los trabajadores en relación con la ética empresarial

La ética empresarial es responsabilidad de todos los trabajadores no exclusivamente del administrador (jefe); éste último estará condicionado por las decisiones del primero.

Lo anterior se fundamenta en los principios de la visión sistémica: es decir, *las variables constituyentes de un sistema interaccionan entre sí de manera recíproca obteniendo como resultado un nuevo estado beneficioso para ambos.*

Una de las variables que el trabajador puede considerar, a modo de ejemplo, es la cantidad de horas diarias (o semanales) que puede dedicar a las actividades laborales, incluso tomando en cuenta el tiempo que ocupa en el traslado desde su casa al trabajo y viceversa. Esto quiere decir que, en la mayor parte de los casos, aumentar las horas de trabajo no significa mejorar la calidad de vida a través del dinero.

Tal es la situación de algunos padres que llegan a casa sólo a dormir, porque aducen su extensa jornada laboral a su “preocupación” por el bienestar de la familia y contradiciéndose por el hecho de no tener tiempo para compartir con esposa e hijos

El trabajador debe discurrir, además, que los ingresos no sólo pueden ser monetarios sino también un conjunto de valores humanos. Una correcta distribución del salario ganado (y tiempo de ocio) puede mejorar la calidad de vida de manera más eficaz que el simple consumismo impuesto por los medios de comunicación, e incluso puede resultar beneficioso para el desempeño laboral. Por ejemplo, “una noche de alcohol” con los amigos está fuera de la honesta diversión si el sujeto debe ir a trabajar a la mañana siguiente; o el ejemplo contrario: no poder ver la anhelada película porque el horario laboral no lo permite y, sin embargo, días más tarde ausentarse al trabajo por padecer depresión o estrés.

La *libertad como acción* es parte de la ética del trabajador, donde éste es capaz de elegir (asumir una postura ética) sin importar la coerción que exista en el sistema social. Según la Teoría de la Conspiración, la cesantía puede ser inducida en un sistema social con tal de abaratar los costos de la mano de obra.

Pero esta objeción tampoco es un llamado al sindicalismo, sino que a algo más simple: al trabajador le corresponde elegir cuál será su postura frente al salario, aceptándolo o rechazándolo, de manera parcial o permanentemente.

Que “los tiempos estén difíciles” (crisis) no es argumento suficiente para someterse a los mandatos de un administrador; puesto que si el trabajador se resigna, dará la pauta para que los administradores sean capaces de crear una situación de crisis en el sistema obteniendo ganancias a costa de la desesperación de los trabajadores.

Otra variable importante es la *dignidad humana*, cuya controvertida definición se hace más clara cuando se padece la injusticia; llegando a situaciones “angustiantes” como el endeudamiento (en que se induce al trabajador a variar su propio precio por debajo de lo que él mismo acepta). Y, a pesar de lo anterior, el trabajador a toda costa debe entender que el endeudamiento no tiene que hacerle creer que él cuesta menos de lo que vale (precio vs valor).

También, hay que tomar en cuenta la manera en que el trabajador invierte su dinero: los egresos del trabajador son mejor aprovechados si se invierte en otros trabajadores en su mismo “nivel”; es decir, el sistema económico es mucho más justo cuando el trabajador es capaz, por ejemplo, de comprar el pan en la panadería del barrio antes que en la cadena de supermercados vigente. Aunque lo primero tenga más precio que lo segundo, el valor del dinero es mayor para el vendedor del barrio; pues la panadería da trabajo y sustento directamente a una o varias

familias, mientras que la cadena de supermercado lleva sus utilidades directamente a los accionistas. Esta recomendación, orientada al trabajador, evita el monopolio. (Kant)

Razones para una ética de las organizaciones

Las razones por las que una ética empresarial se hace necesaria han sido destacadas por los estudios del desarrollo corporativo en la era posindustrial y poscapitalista. Se trata de las circunstancias que presionan en las empresas y que las abocan a adoptar respuestas globales y proactivas. Las grandes organizaciones actuales están sometidas a demandas tradicionales de los que podemos llamar 'agentes internos' como trabajadores y accionistas se transforman.

Desde todos los lugares (desde fuera y desde dentro) se presiona a las organizaciones porque ellas tienen gran influencia sobre las vidas de mucha gente y una gran capacidad de poder efectivo en un mundo globalizado. Con frecuencia las organizaciones multinacionales tienen más influencia, capacidad y poder que los estados.

Por eso ellas son el objeto de las presiones y las demandas de quienes se sienten de algún modo afectados o se erigen en portavoces de los afectados por sus actividades o por las consecuencias de las mismas. Se les responsabiliza porque muchas veces solo ellas pueden evitar determinados resultados o, si ya ha ocurrido, repararlos. Y en el caso particular de las empresas con ánimo de lucro, porque ellas se benefician principalmente de actividades cuyas consecuencias negativas pueden sufrir otros.

El que una organización deba responsabilizarse de sus actos no es nuevo. En todos los países desarrollados hay legislación detallada, civil, penal, laboral, administrativa, mercantil, que especifica que responsabilidades tienen las personas y las corporaciones.

En los países desarrollados hay además sistemas judiciales suficientemente fiables que tratan de imponer las responsabilidades legales cuando es necesario. Lo que es nuevo es la conciencia social de que esa responsabilidad corporativa existe, y que debe hacerse efectiva incluso cuando la ley no alcanza a imponerla. Por ejemplo cuando atañe a hechos realizados fuera de las fronteras del país de nacionalidad de la corporación, cuando ninguna ley protege el bien afectado o cuando el procedimiento de reparación judicial es tan lento que resulta inútil. En estos casos, y en muchos otros, agentes externos e internos presionan directamente a la organización, en la medida que puede para que se responsabilicen de sus acciones, al margen de si tienen o no una obligación legal de hacerlo.

Esas presiones, que de algún modo suponen el reconocimiento de la impotencia del Estado frente a las organizaciones, pueden conducir, cuando se acumulan, a lo que podemos llamar "bancarrota moral" de esas mismas organizaciones.

En cierto momento, una organización que haya descuidado sus responsabilidades puede encontrarse ante una bancarrota de este tipo, y que conduce a una bancarrota contable y que acaba por erosionar la confianza de los consumidores, los gobiernos, y los mercados financieros.

Las organizaciones con una sólida cultura ética se caracterizan por anticipar esas demandas asumiendo sus responsabilidades antes que sean planteadas como quejas, o antes que se produzca el daño. Esto es lo que podemos llamar una actitud proactiva, para distinguirla de la actitud reactiva que se basa en responder a las demandas una vez que han sido formuladas.

Hay asuntos organizacionales en los que una decisión es condicionada principalmente por los criterios éticos, y ello ha impulsado las investigaciones y análisis acerca de si es posible

formular normas universales de conducta que permitan determinar cuándo una decisión es mejor o peor que otras posibles soluciones. Más que una moda, la ética es en la actividad empresarial, para cualquier organización, una necesidad, una exigencia que se hace más apremiante conforme crece la complejidad del tejido social.

El tema de la ética en la mayoría de las empresas en la actualidad, más que un asunto de principios igualmente es de naturaleza estratégica, porque se vincula con la sobrevivencia de las mismas, y con la convivencia de las personas que trabajan en ellas.

Asimismo, el fin de las organizaciones guarda un fin social, porque toda organización se crea para proporcionar unos bienes o servicios, en virtud de los cuales queda legitimada su existencia ante la sociedad, y éste es un punto central en la elaboración de un código ético.

Afirma Cortina (1998) que las organizaciones han de proporcionar unos bienes a la sociedad para ser aceptados por ella; lógicamente, en el caso de no producirlos, la sociedad tiene derecho a reclamarlos, y por último deslegitimarlas. Estos bienes se obtienen desarrollando determinadas actividades cooperativas. Y aquí conviene recordar la distinción entre los bienes internos a una actividad cooperativa y los que son externos a ella.

Refiere Cortina (1998), que para diseñar una ética de las organizaciones sería necesario recorrer los siguientes pasos: determinar claramente el fin específico, el bien interno a la actividad que le corresponde y por el que cobra su legitimidad social; luego, averiguar cuáles son los medios adecuados para producir ese bien y qué valores es preciso incorporar para alcanzarlo; seguidamente, indagar qué hábitos han de ir adquiriendo la organización en su conjunto y los miembros que la componen para incorporar esos valores e ir forjándose en un carácter que les permita deliberar y tomar decisiones acertadas en relación con la meta.

Asimismo, es necesario discernir qué relación debe existir con las distintas actividades y organizaciones, así como también entre los bienes internos y externos a ellas y por último, determinar cuáles son los valores de la moral cívica de la sociedad en la que se inscribe; después es necesario saber qué derechos reconoce esa sociedad a las personas. Es decir, cuál es la conciencia moral alcanzada por la sociedad.

Además se plantea cómo la distinción entre la racionalidad comunicativa y estratégica será de gran interés a la hora de construir una ética de la empresa; porque tradicionalmente se suele entender a la empresa como regida por una racionalidad estratégica, dirigida a obtener el máximo beneficio, mientras que el momento moral es el de racionalidad comunicativa, apareciendo entonces, empresa y ética como aparentemente incompatibles.

Sin embargo, para Cortina (1998), cualquier ética aplicada (también empresarial) debe recurrir a estos dos tipos de racionalidad, porque ha de contar a la vez con estrategias y a su vez con una comunicación que le permita interactuar con interlocutores válidos (clientes externos e internos).

Siguiendo algunos analistas versados sobre el tema, han aparecido diferentes corrientes que es bueno tenerlas en cuenta a la hora de definir la hoja de ruta que ha de seguirse para que el tema sea de mayor relevancia en la aplicación de las diferentes actividades en nuestro diario acontecer: Soto (2009) plantea las siguientes corrientes para entender y estudiar la ética en las empresas:

1º- La corriente de la Ética en los negocios: se dice que un proyecto de negocio sin ética, es aquel, cuyos protagonistas miran únicamente el factor dinero, es decir, su beneficio personal

está enmarcado hacia un fin meramente mercantilista. No les importa el impacto social, comunitario o ambiental.

2º- Corriente de la Ética en el ejercicio profesional, es sencillamente el individuo encerrado en sí mismo, egoísta, explotador, que siempre busca lucrarse económicamente de su actividad, con ausencia del sentido social, y comunitario.

3º- Corriente de la Ética en el ejercicio de la Política: Es la que más falencias presenta, no solamente en Colombia, sino en la mayoría de los Países del mundo. Aunque la actividad política ha entrado en un claro desprestigio, no deja de ser la más importante en el manejo, orientación, conducción y desarrollo de los pueblos. Para engrandecerla es preciso blindarla de principios y valores, para que sea ejercida con verdaderos principios éticos.

4º- Corriente de la Ética en el Servicio Público: El funcionario público sin ética, está expuesto a ser víctima del síndrome de la corrupción y los malos manejos.

5º- Corriente de la Ética en la Amistad: El sentido de la amistad cuando no se maneja con respeto y dignidad, cae en el vacío y quebranta los más elementales valores de la ética. La excesiva confianza en la amistad es el vehículo más veloz para llegar al escenario de las tremendas decepciones y grandes frustraciones.

6º- Corriente de la Ética en la Religión: El principio ético en las religiones, está cimentado en sus propias creencias que se convierten en dogmas para sus seguidores

La ética empresarial y los negocios

La ética empresarial o de los negocios históricamente tiene profundos detractores, especialmente en lo concerniente a los beneficios o ganancias. Hasta antes del imperio de la racionalidad la condena ha sido generalizada; posterior al ascenso de la racionalidad y con ella de la modernidad, la condena ha persistido, especialmente desde la filosofía, pero también se han presentado matices que favorecen la empresa con su fin de lucro en el libre mercado.

Los elementos mínimos constituyentes de la ética empresarial comprenden: valores y principios, comportamiento y reglas.

El fin último de una ética empresarial es contribuir a la felicidad humana que participa de la bienaventuranza divina en la perspectiva del bien que debe hacer el hombre como criatura racional y libre para el despliegue de la obra de Dios.

La gestión de la ética en las empresas debe realizarse simultáneamente desde tres aspectos: las bases constitutivas o substancia u orientador interno que son los valores y principios; los actos empresariales básicos que la ética empresarial ilumina, y, la operacionalización de la ética empresarial articulando reflexión-operación.

En relación con la ética empresarial, el mundo enfrenta tres condiciones críticas que ameritan estudios, investigaciones y soluciones concretas: el beneficio o las ganancias (utilidades), la corrupción generalizada en las sociedades, y, el culto al libre mercado basado en paradigmas aún vigentes.

Entre los componentes básicos a considerar en la gestión de la ética en una empresa, están: una estructura ética empresarial, que incluya una cultura ética hacia la integridad, una

estructura de éticas funcionales que conforman la ética empresarial de acuerdo al estadio y evolución de cada empresa, unos niveles organizacionales de la ética empresarial, lo cuales pueden ser varios en una organización y con niveles de complejidad diversos en orden a las características de la misma empresa, y, unos instrumentos y medios concretos, respecto de los cuales se requiere su permanente actualización y construcción colectiva.

La ética empresarial y el impacto mundial

En lo últimos años se ha establecido un consenso en el mundo académico y empresarial alrededor de los impactos positivos que produce la ética empresarial en las organizaciones y en sus objetivos misionales: generar excedentes económicos, perdurar en el tiempo y producir bienes y servicios que el mercado demanda.

Es así como el desempeño financiero de las compañías, al ceñirse a un código de ética y una política de gobierno corporativo, se ve beneficiado cuando su valor bursátil aumenta como producto de la confianza generada por factores como la mayor percepción de transparencia, la existencia de códigos para solucionar los conflictos de interés, la mejor calificación y mayor diversidad interna de los órganos de gobierno.

Dicha relación se ha evidenciado y demostrado en diversos estudios, entre estos, uno realizado por DePaul University a 300 grandes compañías concluyó que el valor bursátil de las firmas que hacían un compromiso explícito de ceñirse a su código de ética era el doble del valor de las que no lo hacía.

En lo que respecta a la atracción de inversionistas, los individuos e instituciones están eligiendo invertir en compañías con una fuerte estrategia basada en valores. En noviembre de

1999, el Social Investment Fórum informó que más de US \$ 2 trillones de dólares fueron invertidos en los Estados Unidos en fondos identificados como socialmente responsables, un incremento de 82% desde 1997. Esto representa cerca del 13% de los US .3 trillones de dólares administrados profesionalmente en los Estados Unidos, es decir, uno de cada ocho dólares.

En América Latina, una encuesta realizada por KPMG de México a altos ejecutivos de las ciudades de México y Monterrey indagando acerca de los beneficios que observan al implementar prácticas de gobierno corporativo, el 44% ve mejoras en su productividad, que es la prioridad de mayor peso, por ser esta pieza básica para obtener resultados financieros positivos; 39% en la imagen de integridad, ya que ayuda a obtener mejores calificaciones crediticias, que disminuyen el costo del capital y deuda, lo que atrae nuevos inversionistas, e incrementar el precio de su acción; 12% en la atracción y retención de talento, y 5% no ve ningún beneficio.

En cuanto a la imagen de la marca y su reputación, la ética se ha convertido en factor de diferenciación de marca que construye lealtad y confianza en el consumidor, factores que se ven reflejados en incrementos en las ventas, protección frente a nuevos competidores y variaciones en el precio.

Lo anterior se evidencia en variadas investigaciones. En un estudio realizado en 25 países en el año 2002 por Environics International se encontró que más de la tercera parte de los consumidores de los países estudiados creen que las grandes compañías “deberían hacer más que dar dinero para solucionar los problemas sociales”. El mismo estudio encontró que cerca del 50% de los consumidores ha considerado castigar una compañía basada en sus acciones

sociales y alrededor del 30% ha evitado comprar el producto de una empresa a causa de sus acciones sociales.

En América Latina, un estudio encargado por Acción RSE a MORI Internacional, en diciembre de 2000, encontró que el 37% de los consumidores chilenos ha considerado castigar, o efectivamente ha castigado a una empresa por una conducta irresponsable y el 74% ha conversado en el último año con amigos o familiares sobre el comportamiento social o ético de las empresas.

Tal supervisión del mercado y los consumidores puede ser particularmente difícil de combatir por parte de las compañías debido a la dificultad para medir la pérdida de ventas, identificar sus causas y mitigarlas.

En el marco de la cultura organizacional, entendida como la manera de ser y hacer las cosas en el día a día, la ética se convierte en un ingrediente que genera un sentido de identidad, aprendizaje continuo y mecanismos de control interno.

Estos mecanismos están auto-regulados a través de la implementación de un código que mediante la creación y refuerzo de valores y principios que guían comportamientos adecuados para cada situación, le dan sentido y significado a las actuaciones de la empresa y de sus miembros.

Un sondeo llevado a cabo en EE.UU. por la Walker Information determinó que solo el 6% de los trabajadores que piensan que sus jefes no se comportan correctamente se inclinan por permanecer en su empresa, mientras que el 40% de quienes creen que sus superiores son éticos desea continuar en su actual puesto de trabajo

En lo que respecta al recurso humano, los códigos de ética disminuyen el absentismo, mejoran las tasas de retención de los talentos y aumentan su lealtad y compromiso. Debido a que disminuye las posiciones incómodas, da pautas de resolución de conflictos y la oportunidad de sentir que el impacto positivo de su labor concilia con sus expectativas de desarrollo humano: “los negocios son parte de la actividad humana y, por lo tanto, son intrínsecamente morales” (Leporati)

En síntesis, los beneficios de gestionar la ética en la empresa tienen impacto directo en los resultados económicos y en el balance empresa/sociedad, el verdadero reto se encuentra en la inclusión de un modelo de empresa sostenible y socialmente responsable, lo que implica un arduo trabajo en la cultura organizacional y una decisión explícita y comprometida de los directivos en adaptar códigos de ética y de gobierno corporativo.

Por último, la persona como miembro de una organización debe afrontar el hecho de que sus decisiones y comportamientos afectan al sistema individuo/organización/sociedad y que a su vez las determinaciones de su organización lo afectan. Frente a esta perspectiva las empresas y los individuos, al momento de tomar decisiones de vinculación o continuidad laboral, deben establecer qué tipo de contraparte es la adecuada, es decir, cada uno debe confrontar sus expectativas éticas y de responsabilidad contra las de su organización y viceversa. (Andes)

La ética empresarial o ética en los negocios es un tema que cobra cada vez más vigencia, y se encuentra entre los temas llamados emergentes dentro de la literatura administrativa asociado principalmente a temas como son, el de responsabilidad social empresarial,

conservación del medio ambiente, producción limpia, ecologismo y cultura organizacional entre otros.

Este tema es de especial interés tanto para el profesional de la administración como para el estudiante de las ciencias administrativas ya que marca un derrotero, un ideal deseable para la práctica administrativa y de negocios. Aunque en este campo en especial no parece tener cabida la norma ética, ya sea por el mismo fin egoísta de lucro que entraña el capitalismo aplicado al interés del propietario, como por las intenciones a su vez individualistas del empleado, consideramos que existe un deber ser de la empresa, del cual argumentaremos la necesidad de incorporarlo en el marco de la práctica empresarial recurriendo a una serie de argumentos que expondremos a continuación no antes de ciertas definiciones que consideramos necesarias.

Aunque la ética es en sí misma una idea muy amplia que puede abarcar sin número de ámbitos, en el ámbito específico de los negocios es una forma aplicada de la ética que no solo comprende el análisis de las normas y valores morales sino que también trata de aplicar las conclusiones de este análisis a una serie de instituciones, tecnologías, transacciones y procedimientos llamados negocios, de tal manera que en este campo se ocupa del estudio de normas morales y de cómo estas se aplican a los sistemas y organizaciones a través de los cuales las sociedades modernas producen y distribuyen bienes y servicios y a la gente que trabaja dentro de las organizaciones. En el marco de este análisis cabe anotar que Manuel Velásquez (2010) hace hincapié sobre la forma de abordaje de esta temática ética a nivel empresarial para que no se generen confusiones. En este sentido propone desglosar el tratamiento de la “ética de los negocios” como él la llama, en tres grandes grupos, seleccionando si se trata de cuestiones sistémicas, corporativas o individuales.

Teniendo este derrotero de ideas con respecto a la ética en general, y de la ética de las empresas, podremos preguntarnos si la ética en el marco corporativo, tendría de una parte algún sentido de practicarse sin entrar en contradicción con el fin de lucro de la misma y por otro lado si la ética se implementara cual sería el beneficio para la empresa de este tipo de práctica, esto significa, hacer un análisis costo beneficio de tal manera que si la practica ética tiene algún costo, cuál sería el beneficio de esta práctica.

En este sentido se puede sostener que la práctica ética por parte de la empresa puede en muchos casos acarrear costos, ya sea por la implementación de un tipo de producción más limpia o por algún tipo de capacitación o recreación que se le ofrezca al personal entre otros, pero este costo inmediato puede revertirse para la empresa en utilidades futuras por las siguientes razones: Mejor imagen de la empresa ante el público se revertirá en mayores beneficios en el tiempo, mejor ambiente laboral, se revertirá en una mayor productividad del empleado y mayor compromiso con la organización lo cual representará una reducción de costos para la empresa, mejor satisfacción de los deseos del público, se revertirá en mayores beneficios posteriores, debido a que se le cumple al público con sus necesidades de calidad, y a que no se le engaña con el producto o servicio que se le ofrece, menor regulación para los negocios, lo cual significa menores costos a mediano y largo plazo y por tanto productos menos costosos para el consumidor final.

Estas dos posturas o visiones de la ética empresarial fueron tratadas por dos reconocidos economistas, Milton Friedman y Paul Samuelson. Al respecto “Friedman sostuvo que el fin de la empresa era proporcionar dinero a los inversionistas, por su parte Samuelson sostuvo que este tipo de prácticas generarían mejor imagen de la empresa ante el público y utilidades mayores a largo plazo para la empresa” En conclusión, todo comportamiento ético por parte

de la empresa ya sea con otras empresas con el consumidor o con el empleado trae consigo muchos beneficios, debido a la reducción de costos, al aumento de la productividad y a la buena imagen que la empresa logre conseguir. Por otro lado si una empresa considera que un comportamiento antiético puede representarle utilidades, las tendrá en el corto plazo pero a largo plazo definitivamente las perderá, eso sin contar los costos sociales que generan este tipo de prácticas. Así que, un comportamiento ético tiene relación de costos y utilidades inversas al antiético en el corto y largo plazo, pero es en definitiva el comportamiento ético empresarial lo más deseable tanto para la empresa como para la sociedad en su conjunto en cuanto a costos y utilidades. (Velásquez.)

Bibliografía

Canals, J. (s.f.).

https://ctp.uniandes.edu.co/_joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=393:la-etica-empresarial-su-impacto-en-la-empresa-y-en-el-recurso-humano&catid=85:servicios-articulos&Itemid=358.

Cortina. (1998). Ética de la empresa. Trotta, Madrid.

Empresarial, E. (s.f.). <http://www.degerencia.com/articulo/etica-etica-empresarial-y-responsabilidad-social>.

Humanos, L. R. (s.f.). <http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/297-definicion-y-enfoque-de-la-etica-empresarial.html>.

Francés, P; Borrego, A; Velaios, C. (2003) Definición y enfoque de la ética empresarial. En: Códigos éticos en los negocios. Fundación de Estudios Financieros. Editorial Pirámide. Madrid. Tomado de: <http://www.losrecursoshumanos.com/contenidos/297-definicion-y-enfoque-de-la-etica-empresarial.html>.

Justa, R. (s.f.). <http://retribucionjusta..com/2010/05/etica-empresarial-en-el-trabajador.html>.

Lozano, M. L. (1999).Ética y empresa. Editorial: Trotta. Morris, T. (1997). 'Si Aristóteles dirigiera general Motors'. En T. Morris. Madrid: Planeta.

Soto, A. U. (2009). www.elespectador.com.

Stone, A. T. (2001). Ciencias empresariales.

Revista Venezolana (s.f.). Obtenido de <http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315->

