

## **DIMENSIONES DE LA ÉTICA EMPRESARIAL.**

### **LA CONVERGENCIA ENTRE GANANCIAS Y ACCIÓN MORAL.**

“El ritmo del cambio y los desafíos inesperados a los que se enfrentan todos los días los administradores de empresas, confieren una importancia fundamental a que posean un sentido claro de la ética en los negocios, en la toma de decisiones, demostrando que los buenos negocios y la ética van de la mano”

John Quelch - London Business School

Resulta fundamental que la academia además de ofrecer a los estudiantes procesos pedagógicos de calidad para la administración de empresas, también promueva la formación de profesionales con un enfoque ético en función de las necesidades del entorno nacional y el contexto regional. Pero además, la ética empresarial debe asumirse como un área práctica del conocimiento y de la gestión relevante no sólo para completar los currículos académicos de las universidades, sino para promoverse como una *práctica reflexiva* entre los profesionales que a futuro llevarán las riendas de la administración y la gerencia, dejando a un lado los debates sobre ésta porque se trata en últimas de una herramienta útil y eficaz que ha sido legitimada tanto por las empresas como por la sociedad.

Otro argumento de carácter político que refrenda la importancia del tema a escala global, está representado en el Foro Mundial de Economía celebrado en 2009, en el cual se concluyó en primer lugar, que la desconfianza sobre los valores éticos y morales de las empresas impacta negativamente la preferencia de los individuos a la hora de optar por un producto o servicio. En segundo lugar, se señaló que las crisis contemporáneas en los ámbitos político y económico, tienen un fuerte vínculo con la crisis ética global que vivimos en nuestra era, encarnada en los políticos, empresarios y sujetos corruptos. El corolario del Foro hizo un llamado al equilibrio entre la libertad económica y el bienestar social, similar al perseguido por

la ética empresarial y Pacto Global<sup>1</sup>, los cuales no han tenido el impacto esperado en todo el mundo, en especial por la falta de comprensión del fenómeno ético, que suele verse en oposición a las ganancias, lo cual resulta problemático para las empresas y para la sociedad e incluso, para el mercado mismo.

Este documento expositivo y crítico intentará analizar la ética empresarial desde tres debates teóricos y conceptuales, con el fin de determinar su utilidad e implicaciones para la gestión gerencial. Por esta razón, este ensayo se divide en 3 segmentos, el primero de ellos intentará ofrecer una aproximación al debate entre “ética empresarial” versus “empresas justas”, en el cual se cuestiona el uso de la “ética”, ya que ésta constituye una dimensión humana y filosófica de los individuos que no puede ser atribuida a las empresas, en tanto organizaciones.

En el segundo segmento se identificarán los principios mínimos comunes a la ética empresarial, que intentan dar cuenta de la apuesta por un modelo ético global que se pueda aplicar y reproducir según las necesidades de los contextos locales. Finalmente, se analizará la responsabilidad social como una herramienta de la ética empresarial profundizando en los escenarios de acción-intervención que surgen con la asimilación de la estrategia ética, generando como efecto colateral, el fortalecimiento de la productividad y la imagen corporativa. Finalmente, se presentarán las principales conclusiones temáticas, en concordancia con los objetivos trazados por el autor. Se espera por lo tanto, que el lector comprenda la relevancia que implica armonizar los fines económicos y la búsqueda de lucro por parte de las empresas, con las necesidades económicas y medioambientales de los contextos donde intervienen los agentes económicos, a partir de un comportamiento ético que promueva una sociedad más justa, en tiempos de crisis.

---

<sup>1</sup> En 1999 se firmó “Pacto Global” entendido como “una iniciativa voluntaria en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anti-corrupción. Pacto Mundial es la iniciativa de ciudadanía corporativa más grande del mundo”. Disponible en: <http://www.unglobalcompact.org/languages/spanish> (Fecha consulta: 28-09-2013 a las 15:35 horas).

## 1. El debate entre la “ética empresarial” y las “empresas justas”

Una de las problemáticas centrales de la ética empresarial consiste en armonizar la eficiencia económica con la libertad individual, la equidad social y el respeto a la escala de valores individuales, en la medida que esta ética busca establecer unos estándares mínimos para el ejercicio empresarial. En ese sentido, la ética intenta fijar unas pautas de acción y reflexión, promoviendo gerentes, administrativos y trabajadores más responsables, capaces de hacer juicios de valor transparentes, tomar decisiones y trabajar en equipos multidisciplinares y multinacionales, garantizando además bienestar y estabilidad laboral (Martínez, 2005: 9).

Sin embargo, la ética empresarial está atravesada por un fuerte debate y posee muchos detractores, especialmente en lo concerniente a los beneficios (Corredor, 2012:13), de modo que los cuestionamientos acerca de la compatibilidad de una ética con la maximización de las ganancias o la optimización de recursos, adquieren un lugar relevante, pues a diferencia de las disertaciones filosóficas sobre la *ética universal* en donde los devenires teóricos, epistémicos y conceptuales priman, para la ética empresarial resulta vital plantear reflexiones en torno a la práctica gerencial, las acciones concretas de los empleados, accionistas, proveedores, y todos los sujetos que hacen parte del proceso empresarial, buscando crear una serie de normas que aludan a principios y valores centrales en la toma de decisiones.

Por lo tanto, no se trata de que la ética empresarial constituya un tema ajeno a los intereses económicos de los individuos que participan en la empresa, sino que se busca que la ética tenga un impacto real en la imagen y las ganancias de la corporación, a partir de que los gerentes y empleados reconozcan la dignidad de todo ser humano, como portador de derechos y abierto al desarrollo propio. Este cambio promueve el respeto y una actitud de servicio y cooperación que da lugar a un progreso en términos de excelencia humana (Melé, 2001: 6-7), generando un

cambio favorable en relación con los imaginarios sobre la empresa, así como una mayor aceptación por parte de los usuarios, en un mundo globalizado donde las demandas sociales han aumentado así como la desconfianza hacía las empresas.

Sin embargo, pese a los propósitos de la ética empresarial se han generado múltiples conflictos por cuenta de la ambigüedad subyacente al ejercicio de asociar una dimensión práctica y filosófica del ser humano a organizaciones corporativas como lo son las empresas. En ese escenario se debate por qué no hablar de “empresas justas” en lugar de “ética empresarial”. Al respecto se sitúan dos vertientes teóricas, la primera que considera que la dimensión ética se funda en la reflexión sobre el marco de acciones, principios y valores sociales correctos (e incorrectos) por lo tanto, señala que la “ética” no es aplicable a las “empresas”. La segunda señala que las empresas están constituidas por la unión de intereses y esfuerzos de varios individuos, lo cual implica la existencia de una moralidad.

En relación a la primera corriente, la crítica se sustenta se sustenta bajo el argumento de que la reflexión sobre el marco de acciones éticas riñe por regla general con el ambiente de competencia y maximización de las ganancias que predominan en el mercado, lugar por excelencia de las empresas. Sin embargo, si bien la ética atañe a la disertación filosófica es necesario reconocer la subjetividad de las acciones (Melé, 2001: 4). Entonces una acción no es buena o mala, sino que debe analizarse a partir de las normas morales en sintonía con el respeto de principios y derechos<sup>2</sup>.

La ética, es por lo tanto un saber que nos orienta en la formación del carácter, la concienciación de los diferentes elementos que intervienen en la toma de

---

<sup>2</sup> Según Macarena Torres estas normas implican el reconocimiento del respeto, el bienestar, la estabilidad laboral y la seguridad de los trabajadores, junto al pago de remuneraciones justas para mejorar la productividad, y además es necesario garantizar la eficacia, la integridad, la honradez, la transparencia para los usuarios o clientes de la empresa, así como la promoción de los derechos humanos y ambientales para el conjunto de la sociedad (Novoa, 2002: 9).

decisiones, llevando a que estas sean adecuadas, prudentes, y en general, “buenas” (Cortina, 1994: 19), haciendo del concepto ética empresarial, una herramienta, útil, concreta, y enfocada a una optimización en la toma de decisiones que disminuye los riesgos de comportamientos no éticos.

La segunda corriente por su parte, postula como esencial la unión de la moral con el ser humano, es decir, que las normas morales son inmanente a los sujetos y que se van desarrollando a lo largo de nuestras vidas, en función del contexto socio-cultural predominante. Se trata entonces de normas morales, socialmente aceptadas, en donde se incluyen las normas legales y los patrones culturales “aceptables”, “tolerables”, “reprochables”, entre otros. De modo que las empresas no son ajenas al proceso social donde se define la moralidad, pues representa la unión de intereses y esfuerzos de varios sujetos con posibilidad de reflexionar y cuestionar las normas y los conflictos que puedan existir, en dicha sociedad.

En ese escenario la ética supera la moralidad maniqueísta y deja de reflexionar en torno a las acciones, principios y valores desde la dicotomía (bueno-malo, blanco-negro) (Argandoña, 2011: 29), y propone analizar a las empresas como agrupaciones de sujetos dotados de una moralidad reflexiva; en donde el principio ético de la justicia predomina a pesar del deseo de las dinámicas económicas del mercado, incluida la búsqueda de mayores tasas de rendimiento, entre otros aspectos. Por lo tanto, postular el concepto de “empresas justas”, limita la gama de posibilidades y reflexiones filosóficas sobre la realidad empresarial, así como las posturas adoptadas por las personas involucradas en el proceso, administrativo, gerencial, y empresarial.

En este punto, Adela Cortina sugiere la elaboración de principios éticos por sectores profesionales, donde no solo los empresarios, sino los médicos, periodistas, biólogos, farmacéuticos, ingenieros, arquitectos, y otros profesionales, trabajen junto con los «eticistas», en la detección de valores éticos fundamentales,

así como en la creación de códigos y Comités Éticos en el plano local, como en el nacional y transnacional, dando lugar a la consolidación de un estatuto de la “ética aplicada” (Cortina, 1994: 11-12). En el sector empresarial es posible hablar de una apuesta ética, en la medida que se promueve la práctica de valores como la honestidad de los trabajadores en la acción empresarial, con el fin de evitar la corrupción<sup>3</sup> que en el mediano plazo puede generar un gran daño o incluso acabar con las finanzas de las empresas y su imagen.

Vale la pena recordar uno de los casos más sonados en los últimos meses en Colombia, Interbolsa. Al respecto, se puede señalar que la búsqueda del lucro personal, la situación se convirtió no sólo en un asunto público de manifiesta inmoralidad, sino que constituyó una trasgresión del orden jurídico, hasta configurar un delito (Méndez, 2005: 145). Esta situación se generó por cuenta de la incoherencia entre el comportamiento moral individual. Entonces, si bien en el corto plazo la falta de ética resulta rentable para algunos sujetos, en el largo plazo es una estrategia empresarial insostenible, mientras que la ética resulta rentable para las empresas de manera práctica y constante, así como para el conjunto de la sociedad (Argandoña, 1990; retomado por Guillén, 1998: 17).

Por lo tanto, impulsar un modelo ética constituye una apuesta empresarial que va más allá del mejoramiento de la imagen corporativa, y que trasciende la concepción de “empresas justas”, pues ésta reduce los conflictos sociales a la existencia de los sujetos a agentes racionales, ajenos a una construcción moral e intereses personales, que no siempre estarán de acuerdo con la empresa. Siguiendo algunos casos de corporaciones inspiradas en un modelo de ética empresarial, el Boston College Center for Corporate Citizenship (2007) y Business

---

<sup>3</sup> La corrupción genera una pérdida de la legitimidad en la ética empresarial, y después de múltiples escándalos puede incluso poner en riesgo la imagen y credibilidad de un sector económico. Según Cortina “De donde se sigue no solo el robo de dinero, no solo la violación de la legalidad, sino también la quiebra de la confianza, ese capital ético tan difícil de generar y tan difícil de reponer cuando se ha perdido” (2013). Es por esto que la autora invita a forjar una “ética pública” que sirva de antídoto contra la corrupción, incorporando en nuestro ethos que los malos gestores devuelvan el dinero al Estado, que se institucionalicen mecanismos para la prevención y penalización de la corrupción.

for Social Responsibility (BSR) han estudiado las experiencias como las de Microsoft Corporation, Merck & Co Inc., Exxon Mobil Corporation, Wal-Mart Stores.

Las investigaciones han señalado que con la puesta en marcha de una estrategia inspirada en la ética empresarial se minimizan daños (cargos criminales y bancarrotas; protección de la marca y la reputación), aumentan las ventas, se refuerza el compromiso y la lealtad de los empleados, se evitan boicots por parte de activistas; se generan nuevas fuentes de capital -incluso en tiempos de transición-, y todos estos beneficios se obtienen con el reconocimiento de principios universales y la promoción de valores esenciales comunes. Por lo tanto, la ética empresarial constituye una estrategia organizacional que las empresas justas no llegan a lograr cristalizar más allá de la enunciación de algunos parámetros de acción.

Asimismo, la globalización ha generado nuevas exigencias y retos en términos económicos y empresariales, en donde la ética se vuelve crucial pues no basta con incluir un solo principio en la práctica gerencial. De hecho, para que la estrategia rinda resultados es fundamental institucionalizarla mediante códigos de acción, donde actitudes como la honestidad evitarían riesgos jurídicos a la empresa, en caso de una acción inapropiada por parte de un empleado. Así, la ética empresarial constituye un valor intrínseco de las organizaciones donde el fortalecimiento de los valores y principios tiene efectos directos en el capital humano, ligado al capital económico (Ugarte, 2007: 43-44).

De modo que el concepto de “empresas justas” se torna limitante, pues no imparte unas directrices claras frente a un manejo organizacional que tenga en cuenta el camino que deben seguir las empresas, con sus gerentes, trabajadores y accionistas. Además, la ética empresarial no se opone a los intereses económicos de una empresa, sino que se convierte en un medio y estrategia eficaz, que permite fomentar la competencia, y mejora la legitimidad social de la empresa

frente a la opinión pública (clientes, consumidores y medios de comunicación), a través de la inclusión de principios y valores universales, como la honestidad, el respeto y la vida; y facilitando la solución de conflictos internos o legales, donde sin embargo, deben existir unos principios claros y expedidos en la empresa más allá de la abstracción filosófica.

## **2. Principios mínimos comunes en la práctica ética empresarial**

Desde una perspectiva ética, cuando una empresa pretende ser exitosa no sólo debe buscar su beneficio y crecimiento constante, sino que debe buscar una competitividad empresarial con un incremento en las ganancias, junto a la generación de empleo y acciones puntuales que favorezcan el entorno social y medioambiental (Galaz, 2009: 2). Sin embargo, el reconocimiento de la ética empresarial no es suficiente, pues es fundamental entablar un diálogo entre los actores que permita un consenso en torno a un catálogo de valores morales y principios éticos universales. De modo que, no se trata sólo de la aceptación de los Derechos Humanos, o de las leyes del país bajo que se rige, sino que se debe buscar traducir la abstracción de principios morales a acciones cotidianas que se articulen con la realidad gerencial y de las empresas.

El argumento de que las empresas no podían verse desde un enfoque ético porque el dinero que ganaban les permitía hacer lo que quisieran, siempre y cuando no hicieran daño a terceros, ha sido refutado desde los años 80', pues los medios han permitido difundir masivamente denuncias sobre los comportamientos inmorales en las empresas, tales como acoso sexual, fraude fiscal, publicidad engañosa, entre otros eventos, lo cual ha sensibilizado a la sociedad contra estas prácticas anti-éticas, sugiriendo la necesidad de unos principios éticos mínimos más allá de lo que se estipula en una ley máxime cuando hay legislaciones frágiles

que no tienen penas ni sanciones significativas y proporcionales al daño causado (Ugarte, 2007: 41).

De hecho, si se acepta que la ética empresarial va más allá del campo legal y que se logra con base en negociaciones donde las personas interesadas buscan acuerdos y consensos que implican quizás ceder algo en lo inmediato, pero que conducen a un bien común más amplio *-para la empresa, en su conjunto-*, se logra pasar de una *cut throat competition* en el libre mercado - *todos contra todos-*, a una cooperación en que las empresas y sus *stakeholders* forman redes cuyos miembros compiten entre sí pero negociando y escuchándose (Arroyo 2006:7). Asimismo, se deben crear instrumentos de gestión que permitan la practicidad de la ética, como códigos, comités, etc. Respecto a las directrices que deberían guiar los instrumentos para afianzar la ética en las prácticas empresariales, se requiere, según Cortina (2000):

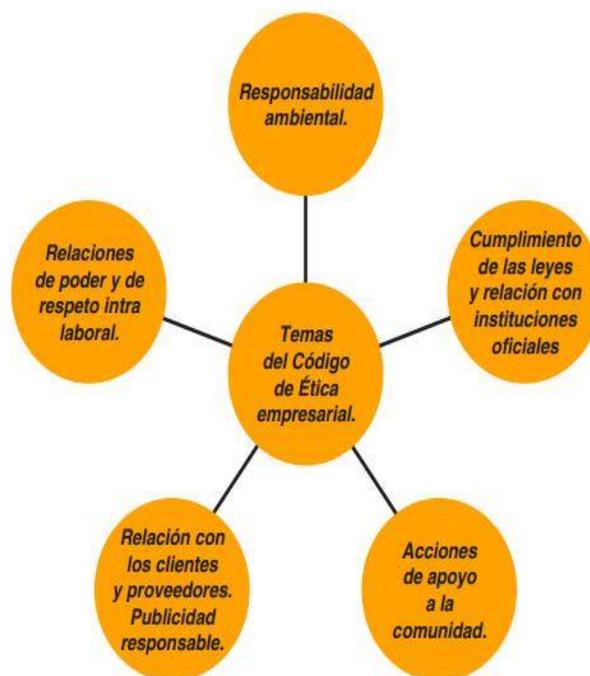
- 1) El principio personalista.
- 2) El principio del bien común (deben primar los intereses colectivos, los de la empresa, frente a los individuales)
- 3) El principio de equidad (más el principio de legalidad.)
- 4) El principio de fidelidad a las responsabilidades concretas.
- 5) El principio de confidencialidad.
- 6) El principio de profesionalidad

Lo anterior, se enmarca en la idea de una ética mínima sin perjuicio de los intereses individuales y la obtención de ganancias, ya que dentro de las profesiones y la equidad social está el reconocimiento al esfuerzo y trabajo que ha legitimado la propiedad privada, y cuya tesis aún se mantiene. A pesar de que no se incluya en la propuesta de ética mínima de Cortina, otras perspectivas promueven la inclusión de un séptimo principio que sería el de autonomía y

libertad individual, abogando por la capacidad de racionalidad y reflexión de cada miembro de la empresa, que desde su puesto debe siempre manejar el interés de la compañía, buscando reducir los riesgos, pero siempre respetando la variedad de opciones éticas y eficientes.

Las mejores prácticas de gobierno corporativo y responsabilidad social apoyan firmemente la idea anterior promoviendo simultáneamente, como elementos fundamentales de la empresa la conducta ética y los valores corporativos así como la responsabilidad social corporativa desde los órganos de gobierno de las organizaciones (Galaz, 2009: 2-4), y la importancia de los individuos desde su participación y su autonomía para generar entorno más eficientes y cordiales en los lugares de trabajo. (Cortina, 1994: 31).

Como señala la compañía DERES (2001: 31:35), los beneficios de la ética empresarial no serían visibles si no existen unos principios claros y unas reglas de juego delimitadas, ya que existen 5 ejes básicos capaces de generar beneficios económicos y morales, siempre y cuando exista un código ético en la empresa que haga incluyentes a sus miembros en toda la jerarquía, y el tema moral no se queda en el aspecto discursivo y filosófico, donde el individuo debe ser también esencial, como su autonomía.



En ese escenario, uno de los principios más importantes para que una empresa pueda competir actualmente con otra está basado en el ámbito de la mejora en

todos los aspectos: de producción, productividad, calidad, y mejor trato a sus empleados. Sin duda, la tecnología deberá ser aprovechada para lograr esto al tiempo que la ética. También se deben buscar directrices capaces de resolver problemas que residen en saber equilibrar la relación empleador–empleado, además es cierto que oportunidades para hacer negocios se pueden perder como resultado de un comportamiento no ético (Contreras, 2008:9), en especial si no existen reglas claras, pero sobretodo institucionalizadas y socializadas.

Un ejemplo claro es la corrupción, que no sólo afecta a los clientes-consumidores, sino que lesiona las finanzas de la empresa y conduce a múltiples conflictos internos. De allí que sea necesaria la existencia de Comités Éticos que velen por la promoción de los principios de la empresa, realicen campañas sobre los beneficios de un comportamiento ético, y en determinado caso pueda evaluar una acción que perjudico la empresa. De hecho, se ha creado un consenso sobre plantear como principio transversal y rector la anti-corrupción lo cual implica una serie de acciones coordinadas entre todas las instancias de la administración y una actitud de los individuos de seguir sus valores y no dejarse llevar por entornos culturales corruptos, otorgando una connotación ética al comportamiento empresarial, un cambio de paradigmas a nivel privado y público, en beneficio del mercado, los negocios, la competencia, y las empresas afectadas (Arbaiza, 2011).

### **3. La responsabilidad social. Una herramienta de la ética empresarial**

“Un buen comportamiento ético va de la mano con la responsabilidad social, con la que se espera que ella (la empresa) se desenvuelva en el mundo de los negocios”  
(Novoa, 2002: 7).

A partir de 1970 se incorporó la concepción de *responsabilidad social* en los debates sobre la ética empresarial, extendiendo el ámbito de responsabilidades normativo-legal al ámbito ético. Las empresas se negaban a transitar de una

responsabilidad penal a una de responsabilidad social, pues las empresas no tenían cuerpos para encarcelar, ni almas que condenar y además, la sociedad no podría imponerles actos filantrópicos a las empresas (Ugarte, 2007: 41) Inclusive en la década del 90' resultaba casi imposible hablar de "responsabilidad social empresarial" con los reacios empresarios, pues implicaba "compromisos más allá de los resultados económicos", y con los sindicatos, que la consideraban una amenaza real y directa al reparto de poder en la empresa, asimilándola con una pérdida de su capacidad de decisión y poder.

Sin embargo en 1999 se consolidó "Pacto Global" como una iniciativa del Secretario General de las Naciones Unidas, invitando a las todas empresas del mundo a participar en la construcción de una sociedad global más justa, bajo unos principios éticos mínimos, mejor conocidos como "principios universales", en donde se abordan temáticas como la dignidad humana, los derechos humanos y el medio ambiente, siempre desde un diálogo y equilibrio con las ganancias y el mercado (Cajiga, 2012: 21). Con la llegada del nuevo milenio, la hostilidad fue desapareciendo y en 2001 se publica el *Libro Verde* titulado "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas" el cual define la responsabilidad social como la "integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores" (García-Marzá, 2009: 78).

En ese contexto, es importante señalar que antes de la publicación del Libro Verde la, veían avances como Pacto Global en 1999 y además, la dinámica del mercado estaba cambiando. Esta situación implicó que las empresas crearan estrategias encaminadas a armonizar el cambio global en sus organizaciones, y fue por este hecho que se incluyó un modelo de interacción con todos grupos de interés, los *stakeholders*, que intervienen en el proceso de producción y comercialización de los productos, convirtiendo la gestión empresarial en un proceso más allá de los intereses corporativos de los accionistas. A partir de ese momento, las

contribuciones sobre responsabilidad social empresarial han ido en aumento, hasta posicionarla como una de las herramientas por excelencia de la gerencia corporativa, que además genera un valor agregado (Méndez, 2005: 141).

Con la adopción de la responsabilidad social, las empresas se garantizan para sí mismas decisiones más fidedignas, pues al intervenir y participar con toda la red de agentes económicos y sociales que está en el contexto de la empresa, es posible elucidar una gama más amplia de factores a favor y en contra de la organización. Además, las empresas consiguen un respaldo estatal bajo la fórmula de la corresponsabilidad, que les permite implementar los valores éticos de la empresa en múltiples planos de acción-intervención. Es importante aclarar que en cualquiera de estos niveles debe institucionalizarse la transparencia, a través de la contabilidad y si se quiere profundizar el modelo, con las rendiciones de cuentas periódicas, a fin de que los resultados de la gestión se conozcan públicamente, sin embargo, es importante incluir nuevas variables que no se limiten sólo a reflejar la imagen fiel del patrimonio, los estados financieros de la empresa y los resultados,

La contabilidad no debería limitarse al ámbito económico- financiero, como ocurre actualmente, sino que está imponiéndose con fuerza la idea de la contabilización de los intangibles, de los que forman parte los aspectos que reflejan actuaciones socialmente responsables en el seno de las empresas (Méndez, 2005: 147)

El primer plano de intervención enmarcado en la responsabilidad social promueve el respeto de las leyes laborales, comerciales, y en general, las normas jurídicas vigentes, que en muchos casos suelen integrar por subsidiaridad, las normas y tratados internacionales de Derechos Humanos. Por su parte, el plano de intervención social tiene dos componentes, el primero de carácter endógeno, donde se busca dar respuesta a las necesidades e intereses de los trabajadores no sólo en términos materiales, sino además, promoviendo el desarrollo de su potencial. El segundo componente es de carácter exógeno, pues intenta satisfacer los intereses de agentes externos promoviendo valores morales con los clientes, para generar una acción transparente y eficaz, así como beneficios a los usuarios;

al tiempo que se construyen relaciones amigables con los proveedores y que se garantiza una competencia leal y justa con otras organizaciones del mismo sector.

El escenario de intervención social también articula una respuesta empresarial exterior dirigida a la ciudadanía local valiéndose de procesos de (re)distribución de los beneficios de manera justa y apelando al bien común, ya sea con proyectos de inversión social en lugares donde habitan poblaciones vulnerables sin acceso a los servicios básicos, e incluso, barrios populares de la clase media con un alto índice de Necesidades Básicas Insatisfechas. Es ahí donde se implementan programas y proyectos para la generación de empleo, la superación de la pobreza y la construcción de obras para el acceso a la infraestructura básica como escuelas, colegios, puestos de salud y bibliotecas, en los cuales es posible garantizar la transferencia de tecnologías (en algunos casos se trata de tecnología e innovación producida en el marco de proyectos investigativos financiados por las empresas).

El tercer escenario de acción-intervención se enmarca en la responsabilidad ambiental de las empresas, promovida a través de acciones que garanticen el respeto y la conservación de la biodiversidad para las futuras generaciones, ya sea financiando jornadas de reforestación de bosques, descontaminación de fuentes hídricas (quebradas, ríos, lagos, las orillas del mar), investigaciones científicas del ramo que generen un conocimiento específico para la construcción de diagnósticos o la innovación tecnológica; certificando la no utilización de animales en experimentos, así como el cuidado de animales en vía de extinción, reciclando, y en general, apelando a prácticas amigables con el medio ambiente.

Sin embargo, el componente de responsabilidad ambiental resulta siendo el más débil en el marco de una estrategia inspirada en la ética empresarial, ya que depende de la legislación y regulaciones ambientales vigentes en los países, y es muy común que los *países en vías de desarrollo* la ausencia de controles e instrumentos de regulación y sanción efectiva para las empresas que causen

daños ambientales. De ahí que muchas empresas trasnacionales proyecten una imagen global de respeto por el medio ambiente, pero ésta sólo tenga validez en sus países de origen, mientras que en los países donde realizan operaciones no aplican sus principios de respeto por el medio ambiente,

De este modo, prima el objetivo de máximo beneficio y los asalariados son sólo fuerza de trabajo. La corrupción imperante impide que pueda desarrollarse una adecuada legislación no sólo en materia social, sino también medioambiental (Méndez, 2005: 146).

Esta situación evidencia una “ética” incoherente que requiere una sanción moral efectiva por parte de la sociedad global, para que las empresas que actúan en función de los beneficios económicos y un discurso carente de reflexiones prácticas, reciban una dura penalización de los *stakeholders* en sus países de origen, pues éstos suelen ser más exigentes, participativos, honrados y educados que muchos políticos nacionales (Méndez, 2005). En todo caso, es importante señalar que si bien la responsabilidad social establece una hoja de ruta desde una apuesta ética empresarial para armonizar “el carácter económico de las organizaciones con el sentido social y moral de los sujetos que las componen, y en donde el componente humano es quizás el de mayor prioridad”, en muchos contextos locales puede implicar un daño patrimonial y ambiental irreversible para las comunidades donde se radican las empresas (Betancur y Naranjo, 2009: 11).

En síntesis, es posible señalar que no existe un único camino o recetario para la Responsabilidad Social Empresarial, sino que se trata de camino largo y permanente que debe explorarse no sólo en función de los costos económicos del mercado, sino del bienestar social basado en la inversión en proyectos sociales, generando colateralmente mayores beneficios y ganancias para la empresa (Cajiga, 2012: 21). Este escenario resulta coherente en medio del debate sobre la ética empresarial, y es posible ratificarlo a través de iniciativas como “Pacto Global”, y documentos como el “Libro Verde” de la Unión Europea, en donde se visibiliza la creciente adopción de códigos éticos y planes articulados de

responsabilidad social por parte de miles de organizaciones en el mundo, permitiendo una mayor comprensión de la realidad gerencial y generando herramientas para sobrevivir durante las épocas de crisis y demandas sociales.

## **Conclusiones**

Lo “ético” comprende la intención de las organizaciones de actuar con transparencia en sus relaciones empresariales; como dice Rinnov Kan, sin valores sólidos estamos coqueteando con el desastre. Con valores sólidos podemos enfrentar a los mercados internacionales; en otras palabras, con la ética corporativa se pueden lograr ventajas competitivas tales como atraer clientes y personal calificado, y se pueden desterrar prácticas corruptas que perjudican el valor y la economía de un país (Ugarte, 2007: 42). En ese contexto, “la libertad de mercado significa la libertad de poder elegir mercancías entre una cantidad importante ofrecida de ellas, pero esta preferencia también se ve permeada por la imagen y otros factores de quienes ofrecen los productos o mercancías” (Betancur y Naranjo, 2009: 12).

De modo que se hace necesario un comportamiento ético interna y externamente, lo cual hace que la ética empresarial resulte más beneficiosa y amplia que la concepción de “empresas justas”, que niega el aspecto moral intrínseco en las acciones de los individuos, pero también la correlación entre el aumento de un comportamiento ético en la empresa, con el aumento de producción, ganancias, aceptación social, y expansión a nuevos mercados. Por esta razón es necesaria la definición de un catálogo de principios mínimos comunes a la práctica empresarial, que busque articular los requerimientos del mercado en la escala global con las necesidades de las poblaciones a escala local, en donde los valores morales están orientados a la construcción de una sociedad más justa en todos los países.

Finalmente, desde la óptica de responsabilidad social, como lo afirma Castells (2003) es importante comprender que “no se trata de caridad, sino de entender que un planeta dinamizado, globalizado, y tecnológicamente desarrollado es mucho más rentable... un mejor negocio, crea un mundo mejor” (Castells, 2003; retomado por Betancur y Naranjo, 2009: 17).

## Bibliografía

- Arbaiza, L. (2011) Hablemos de ética empresarial. En: América económica. Perú. Documento disponible en: <http://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/hablemos-de-etica-empresarial>
- Argandoña, A. (2011) La ética y la toma de decisiones en la empresa. En: Universia Business Review, pp. 22-31. Documento disponible en: [http://uvero.adm.ula.ve/pderecho/images/NuevaWeb/MERCANTIL/eti\\_%20to\\_dec.pdf](http://uvero.adm.ula.ve/pderecho/images/NuevaWeb/MERCANTIL/eti_%20to_dec.pdf)
- Arroyo, G (2006). Responsabilidad social corporativa. Una mirada global Disponible en: <http://etica.uahurtado.cl/wp-content/uploads/2012/12/LIBRO-RSC-2006-ARROYO-SUAREZ.pdf>
- Boston College Center for Corporate Citizenship, (2007). Disponible en: <http://www.bccccc.net/corporate-ethics.html>. Documento citado en: La ética corporativa y la responsabilidad social empresaria (RSE). San Salvador., p [http://www.fundemas.org/index.php?option=com\\_attachments&task=download&id=19](http://www.fundemas.org/index.php?option=com_attachments&task=download&id=19)
- Betancur, J y Naranjo, L (2009). "La Ética de la Responsabilidad Social Empresarial". Libro: Memorias del IX Congreso Latinoamericano Alene, “Ética y Negocios”. Ponencia. Bogotá: Fondo De Publicaciones de La Universidad Sergio Arboleda, pp. 190-210. Para más información, disponible en: [http://www.usergioarboleda.edu.co/economia/alene/alene\\_memorias/ponencias/ponencia\\_etica\\_rse.pdf](http://www.usergioarboleda.edu.co/economia/alene/alene_memorias/ponencias/ponencia_etica_rse.pdf)
- Contreras, G. (2008) Ética para la actividad empresarial. En: Journal de Investigación de la Escuela de Graduados e Innovación Tecnológico de Monterrey Campus Puebla. Monterrey: Instituto Tecnológico de Monterrey Pp., 6-10 Para más información, disponible en documento disponible en: [http://web.pue.itesm.mx/investigacion/publicaciones/journals/JOURNAL\\_noviembre08.pdf](http://web.pue.itesm.mx/investigacion/publicaciones/journals/JOURNAL_noviembre08.pdf)

- Corredor, A (2012) Ética empresarial. Bogotá: Universidad Santo Tomás, pps. 16.
- Cortina, A. (2013). Cómo cambiar la tendencia. En: El País (Enero 23). Para más información al respecto, consulte el documento en línea, disponible en: <http://comunidadetnor.ning.com/profiles/blogs/c-mo-cambiar-la-tendencia>
- Cortina, A. (2000), El mundo de los valores. “Ética mínima” y educación. Bogotá: Editorial El Búho.
- Cortina, A. (1994) Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial. Madrid: Trotta.
- DERES (2001). Manual para elaborar códigos de ética empresarial. Disponible en; <http://deres.org.uy/wp-content/uploads/Manual-de-Etica-DERES.pdf>
- Galaz, Y. (2009) Gobierno corporativo, ética en los negocios y responsabilidad social corporativa. México. Para más información, documento disponible en: <http://www.uas.mx/cegc/consilium/doc/gobierno-corporativo-%C3%A9tica-en-los-negocios-y-responsabilidad-s-d1009.pdf>
- García-Marzá, D. (2004). La responsabilidad social de la empresa: Una definición desde la ética empresarial. Castellón: Universitat Jaume I. Disponible en [http://www.chap.gva.es/web/rveh/pdfs/n12/debate3\\_12.pdf](http://www.chap.gva.es/web/rveh/pdfs/n12/debate3_12.pdf)
- Guillén, M. (1998). Ética empresarial: Una aproximación al fenómeno. En: Cuadernos Empresa y Humanismo No. 58. Madrid.
- Martínez, H. (2005). La ética empresarial al comienzo del nuevo milenio: una aproximación bibliográfica y pedagógica. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, pps., 120. Para mayor información documento disponible en: [http://javeriana.edu.co/fcea/documentos/documentos\\_admon/LA%20ETICA%20EMPRESARIAL.pdf](http://javeriana.edu.co/fcea/documentos/documentos_admon/LA%20ETICA%20EMPRESARIAL.pdf)
- Melé, D. (2001). Una nota exploratoria. En: Papeles de Ética, Economía y Dirección. No. 6. Universidad de Navarra, pp. 151-158. Documento disponible en: <http://www.eticaed.org/10.Mel%C3%A9.pdf>
- Méndez, M. (2005). Ética y responsabilidad social corporativa. Madrid: Universidad Complutense. En: Revista Ética y Economía No. 823, pp. 141-150. Para más información documento en línea disponible en: [http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE\\_823\\_141150\\_ACEADC05BE68EFB8B6136C6A203987AD.pdf](http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_823_141150_ACEADC05BE68EFB8B6136C6A203987AD.pdf)
- Novoa, L. (2002). Ética empresarial y responsabilidad social. Santiago (s.e), pps. 22. Para más información, documento en línea disponible en: <http://www.prohumana.cl/minisitios/feria/presenta/lnovoa.pdf>

- Ugarte, M. (2007). La ética empresarial como creación de valor. En: Revista Gestión del Tercer Milenio. Vol. 10 No. 19. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, pps., 39-44. Para mayor información documento disponible en: [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/administracion/n19\\_2007/a05.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/administracion/n19_2007/a05.pdf)