

# LA ÉTICA EN LA EMPRESA

## 1.- LOS CÓDIGOS CORPORATIVOS

Las empresas siempre se han visto desde la óptica de ser una configuración de intereses que persiguen **la búsqueda de la rentabilidad y el beneficio**, por ello siempre se ha tenido el prejuicio de pensar que son el lugar de confrontación entre las clases sociales, donde los trabajadores y empresarios luchan por ganar lo que los otros pierden. Es innegable que el **conflicto social moderno** se produce en su seno desde las perspectivas de la redistribución igualitaria y la equidad. Es en este escenario en el que se involucran personas y se entremezclan intereses difíciles de conciliar, que van más allá de los puramente técnicos –económicos o legales- y que apuntan hacia consideraciones que denominamos **éticas**.

Es cierto que la empresa se mueve por motivos económicos, y se desenvuelve en un **contexto de competencia** con otras empresas que la hace ser **cambiante y dinámica** en sus **relaciones y adaptaciones**, pero también es verdad que esta orientada a **la satisfacción de las necesidades de sus clientes** y de los consumidores en general, por lo que puede afirmarse que es **una palanca de desarrollo** de toda la sociedad. Todo este conglomerado es lo que hace que pueda alcanzar el **éxito empresarial** y por tanto su supervivencia en el mercado de los productos y servicios.

Nominalmente la empresa es un ente carente de identidad propia, en la práctica su **Identidad Corporativa** pertenece a las personas que trabajan en ella y dan a los consumidores de sus bienes la posibilidad de enriquecerse y tener una vida mejor, con sus productos y servicios. Sin embargo, la empresa en sí misma no es nada, a la empresa la hacen las personas que trabajan en ella, es un **ente jurídico de derecho** que va más allá, en la certeza de que **sus relaciones modifican la vida social y el progreso**. Estas modificaciones están en relación directa con la denominada cultura de empresa o **Cultura Corporativa**.

La cultura empresarial hace referencia al conjunto de **creencias, actitudes, valores, usos y tradiciones** que son compartidos por todas las personas que conforman la empresa. La cultura explica, pues, la forma de ser, el carácter de la empresa. Pero para que la cultura de empresa sea una realidad es necesario que se cumplan dos principios:

1. **La autonomía de los individuos:** es la situación en la que las personas están en condiciones de darse a sí mismos (*autos*) las normas (*nomos*) y supone la imposición por ellos mismos de los deberes morales propios de su canon moral.
2. **La heteronomía empresarial:** que es una situación especial de la persona, que por diversos motivos y razones, no está en condiciones de darse por sí mismo las normas y necesita que otros (*hetero*) le imponga los deberes morales correspondientes.

## 2.- LOS PRINCIPIOS ÉTICOS EN LA EMPRESA

La ética es una parte de la filosofía que se ocupa del **hecho moral** y de los problemas que su cumplimiento o no acarrea a **las conductas humanas**.

La moral, el hecho moral, son los **principios, normas y valores** que las personas asumen y aceptan como **criterios de orientación para vivir con plenitud y felicidad**, tanto en el ámbito individual como colectivo, en tanto afecta a las relaciones interpersonales e institucionales. La ética no crea la moral, tan solo, se limita a reflexionar sobre su cumplimiento desde la perspectiva del **ejercicio de la libertad**, tratando de encauzar las acciones de los sujetos morales.

La **ética empresarial** es la forma en que se conduce una empresa en **sus prácticas cotidianas**, desde la perspectiva de que en ellas no sólo se producen relaciones de intercambio, sino que procuran el **desarrollo humano y la autorrealización personal** de sus participantes. Este razonamiento moral de la ética empresarial tiene en cuenta los siguientes aspectos:

- ⇔ Los valores de justicia, libertad, solidaridad, igualdad de oportunidades.
- ⇔ Los deberes, normas y obligaciones que hay que cumplir.
- ⇔ Los derechos que respetar.
- ⇔ Las virtudes a desarrollar.

Estas líneas de actuación suponen en las empresas tomar decisiones que se reconozcan como correctas o éticamente correctas, **decisiones consensuadas** socialmente. Estas decisiones imprescindibles para la convivencia en sociedad son la antítesis del “todo vale” y del engaño egoísta, que propicia la desaparición, expulsión del mercado, de las empresas.

Las empresas mantienen una **multitud de relaciones** en el marco de su competencia empresarial. Estas relaciones se guían por los **principios de confianza y reciprocidad** inherentes a la buena voluntad o **ética empresarial**. Desde esta perspectiva todos los implicados en esta relación<sup>1</sup> reclaman y esperan unas prácticas acordes con lo que ellos mismos ofrecen, la garantía de no ser engañados.

La empresa se relaciona con los siguientes estamentos o instituciones, que esperan:

- ❖ **Los consumidores**, que esperan calidad y seguridad de los productos y servicios, veracidad de la publicidad, servicio posventa, etc.
- ❖ **Los proveedores**, que esperan contratos justos, reserva de la información confidencial, cobros de los pedidos, etc.

---

<sup>1</sup> Son los llamados *stakeholders* o interesados en la relación empresarial que se ven afectados por las decisiones que la empresa tome en un momento determinado.

- ❖ **Los distribuidores**, esperan relaciones justas, lealtad, etc.
- ❖ **Los trabajadores**, esperan respeto a la intimidad, justicia salarial, lealtad y confidencialidad, formación, respeto contractual, etc.
- ❖ **Los competidores**, esperan justicia y libre juego de mercado, respeto, etc.
- ❖ **El Estado**, espera respeto por las leyes, protección del bien común, garantías de orden, pago de los impuestos, etc.
- ❖ **La sociedad civil**, espera colaboración en el proceso de modernización y progreso, cobertura de seguros ante riesgos, respeto con el medio ambiente, etc.

La mayoría de los problemas de ética empresarial surgen de distintas situaciones que afectan a diferentes áreas de influencia, para lo cual es necesario proceder a un exhaustivo análisis para averiguar donde se produce el **problema ético** y a que responde éste, pero no hay recetas fáciles para resolverlos. Existen tres niveles de relación que es preciso observar en la ética empresarial:

- **Nivel individual**, se centra en el papel que juega los individuos en la relación laboral, donde a menudo se producen choques entre los intereses personales y empresariales u objetivos individuales y de empresa. Refiere situaciones donde al individuo se le pide que realice algo que considera contrario al su código moral.
- **Nivel organizativo**, tiene que ver con la forma de organizarse y estructurarse la empresa: políticas de empresa, diseño de funciones y tareas, promociones, formas de ejercer la jerarquía de poder, etc.
- **Nivel sistémico**, se inscribe en el entorno en el que la empresa opera y actúa. Apunta al entramado institucional y económico de la empresa.

Como ya se ha precisado, no hay una forma única de afrontar la ética en la empresa, en tanto, que al referir al campo moral está en una situación de relativismo subjetivo. Decimos que la ética empresarial es un **proceso de reflexión** que busca orientar la acción personal y colectiva hacia formas plenas de **integración social**.

Para los autores que han profundizado en el establecimiento de la ética empresarial afirman que ésta es complementaria a la ética personal con las diferencias asumibles de una realidad dimensionada distinta y cambiante pero complementaria. Así, para la **Teoría Integradora de los Contratos Sociales** propuesta por T. Donaldson y T.W. Dunfee la ética empresarial se corresponde con un **macrocontrato social**, con toda la sociedad en su conjunto, y muchos **microcontratos sociales** con sus normas de interacción individual, que aseguren la **cooperación social** necesaria para el sostenimiento del sistema y aseguren de forma explícita la sujeción a las normas morales imperantes. Para la **Teoría del Stakeholder**, elaborada por E. Freeman, la ética empresarial supone asumir la preocupación

del desarrollo general organizativo desde la atención a todo el personal de la empresa y no solo de los accionistas. La empresa debe garantizar el desarrollo de todos los participantes en el juego empresarial asumiendo su coste social.

Desde estas perspectivas, y otras, tales como la de la **Calidad Total**, ya evidenciada, **los principios y orientaciones que guían la acción ética** en el ámbito de la empresa refieren las siguientes cuestiones ineludibles:

- ✱ **Principio de Legalidad**, actuar desde la ética supone asumir la legalidad vigente establecida en el Derecho Laboral como un mínimo imprescindible de acción empresarial, es desarrollar la letra y el espíritu de la Ley atendiendo todos los requisitos del *deber ser* que esta marca.
- ✱ **Principio de Profesionalidad**, supone desempeñar elevados niveles de competencia y responsabilidad técnica en los productos y servicios, es cumplir y desarrollar un **código deontológico**<sup>2</sup> que limite las prácticas de la empresa poniendo el saber empresarial o Capital Intelectual al servicio de la sociedad en general.
- ✱ **Principio de Confidencialidad**, es el deber de actuar con la cautela necesaria en el uso de los datos a los que tiene acceso la empresa en el ejercicio de su actividad, custodiando el que éstos no sirvan a otros fines espurios o perversos.
- ✱ **Principio de Responsabilidad**, es la forma de actuar desde una decidida apuesta por el bien de la empresa y del entorno de sus relaciones.
- ✱ **Principio de Buena Fe**, refiere la franqueza y la honestidad en el desempeño de los asuntos laborales y mercantiles ateniéndose al libre juego de las reglas del mercado y de la competencia empresarial.
- ✱ **Principio de Intereses**, es actuar desde la imparcialidad y la objetividad, evitando un perjuicio real o potencial de los intereses de todos cuantos participan de la organización. Supone no actuar desde la mentira o el engaño para con los clientes, sean estos internos o externos.
- ✱ **Principio de la Integridad de la Persona**, crear un clima de relación humanamente digno, donde las personas encuentren ocasión de desplegar sus capacidades, de manera libre y responsable, facilitando su desarrollo individual.

---

<sup>2</sup> El Código Deontológico hace referencia al cumplimiento del deber (*deon*) desde la eticidad del trabajo.

### 3.- LA ÉTICA EN LA RELACIÓN DE EMPRESA/ TRABAJADORES

El **buen hacer ético empresarial** señala de forma definitiva una serie de elementos precisos de la relación entre la empresa y el trabajador que es preciso observar con detenimiento, en aras de lograr que las relaciones contractuales sean todo lo fructíferas y enriquecedoras que se pretenden. Así, las orientaciones prácticas y concretas de esta acción se manifiestan de la forma siguiente:

- ♠ **La empresa**, debe considerar la **dignidad humana** como la pieza clave de la ética empresarial, potenciando amplios niveles de participación en la gestión, tanto de los trabajadores como de la sociedad. En tal sentido debe proponer lo siguiente:
  - a. Hacer un proyecto común de integración de todos los empleados.
  - b. Abonar los salarios de forma justa, adaptada a la aportación y el esfuerzo de cada uno, cumpliendo escrupulosamente las normas legales o contractuales.
  - c. Considerar a los trabajadores personas y no recursos.
  - d. Evitar la discriminación.
  - e. Procurar la promoción y el desarrollo de las personas.
  - f. Proporcionar la formación necesaria para la empleabilidad.
  - g. Potenciar la comunicación y la información fidedigna.
  - h. Prestar toda la atención necesaria a la seguridad e higiene en el trabajo.
  - i. Garantizar la estabilidad laboral.
  - j. Mantener relaciones de lealtad con las instituciones y los sindicatos.
- ♠ **Los trabajadores**, deben esforzarse por crear **un clima adecuado de compromisos** acorde con **los objetivos empresariales**. Para ello deben:
  - 1. Actuar siempre bajo las normas de fidelidad y de buena fe contractual.
  - 2. Realizar el trabajo con la atención y el interés debidos, para obtener el mayor rendimiento posible y el mínimo de errores.
  - 3. Cuidar y proteger los bienes de la empresa.
  - 4. Actuar con mentalidad de ahorro en la ejecución del trabajo, aprovechando los materiales y evitando el despilfarro o gasto superfluo.

5. No aceptar regalos o dinero de clientes o proveedores que condicionen sus decisiones en las actividades de las empresas.
6. Todas las demás cuestiones que puedan desprender de su actividad y estén sujetas a su buen entender.

Todo este proceso de cambio esta mediado por un cambio de mentalidad en los agentes sociales, donde es preciso sentirse responsables de un futuro que atañe a las generaciones futuras y en el que merece la pena apostar por superar el conflicto de intereses para consignar un nuevo modelo de vida social cooperativo y no de enfrentamiento radical entre clases sociales.

<i><b>SISTEMA ÉTICO</b></i>	<i><b>PENSADORES</b></i>	<i><b>PRINCIPIO DOMINANTE</b></i>	<i><b>LIMITACIONES</b></i>
<b>UTILITARISMO</b>	J. BENTHAM	La mayor utilidad para el mayor número de personas	Pueden producirse actos inmorales aún siendo útiles para la mayoría
<b>CRISTIANISMO</b>	TOMÁS AQUINO	La ley natural y los dictados establecidos por los autores de la Biblia	Las interpretaciones que cada quién hace sobre las leyes cristianas y lo que es o no natural cambian con la adaptación a los tiempos
<b>UNIVERSALISMO</b>	I. KANT	La dignidad humana como imperativo categórico	Se pueden valorar como éticos aquellos actos humanos inmorales pero acordes con la conciencia individual.
<b>MARXISMO</b>	C. MARX	El bien común y la equidad redistributiva	Se produce una imposición moral de las mayorías sobre las minorías y el desprecio de la dignidad de los diferentes
<b>LIBERALISMO</b>	A. SMITH M.WEBER	La libertad individual y el libre mercado	Se pueden justificar actos inmorales en aras de la libertad de cada uno.
<b>JUSTICIA DISTRIBUTIVA</b>	J. RAWLS	Promoción de la equidad y la preferencia por los desfavorecidos	La distribución equitativa puede sobrevalorar a los que menos cooperan socialmente