

ÉTICA Y ÉXITO ¿UN CAMINO POSIBLE?



La ética incide en las decisiones correctas de la conducta humana, lo hace a través de cánones o fundamentos morales, es decir, no señala lo que es bueno o malo hacer (moral) sino cuándo lo es (ética). En realidad la ética es un juicio que se expone socialmente sobre las conductas de los seres humanos que componen la sociedad. La ética trata sobre los principios del deber hacer, mientras que la moral modela esa ética en costumbres, modos y maneras de hacer. Es decir: la moral es lo que se practica y la ética piensa cómo debe ser esa moral.

ÉTICA Y MORAL

Aunque la ética y la moral son conceptos estrechamente relacionados, no significan lo mismo. La distinción más simple entre ellos es que la ética es una disciplina que estudia la moral, o sea, que reflexiona sobre problemas morales.

Sin embargo, es posible también distinguir una de otra si pensamos que lo ético se halla regido por un cierto código, una perspectiva o una convención, por naturalizada o aceptada que esté. Por el contrario, la moral se maneja en términos absolutos: el bien y el mal.

LA ÉTICA PROFESIONAL FRENTE A LA ÉTICA GENERAL

El comportamiento de los seres humanos es algo muy complejo. Ha sido desde los albores de su historia, aunque en distintos momentos aparezca todavía más intrincado. El marco de referencia de la moral y los valores es la ética, la cual busca de manera fundamental que las personas actúen guiadas, más que por coacción externa, internamente por principios organizacionales que han hecho suyos.

Desde luego y para lograrlo, los sujetos debe llevar a cabo esfuerzos prácticos encaminados a la realización de valores.

Analizando la ética cívica nace de la convicción de que los hombres somos ciudadanos capaces de tomar decisiones de un modo moralmente autónomo y, por tanto, de tener un conocimiento suficientemente acabado de lo que consideramos bueno como para tener ideas moralmente adecuadas sobre cómo organizar nuestra convivencia sin necesidad de recurrir a los proyectos de autoridades impuestas. Formar parte del sistema capitalista de producción trae como consecuencia necesariamente vincular las relaciones entre las diversas culturas que este sistema exige, lo cual lo ética en este contexto se rige en un esquema de modernidad y de que las empresas tengan que allegarse de mecanismos estratégicos que les permitan estar inmersos en una vida social de cambio.

La concepción moral del capitalismo no sólo considera producir riqueza y bienestar a través de las relaciones productivas entre los medios de producción y las fuerzas productivas de trabajo, si no en destacar además aspectos de tipo moral que rijan nuevas éticas de la justicia económica.

La ética busca un capitalismo democrático; éste no puede subsistir sin una moral adecuada porque toda integración social exige un arraigado sistema moral, ya que la ética se ha convertido en una referencia obligada en las decisiones sobre los principios que deben guiar las acciones. Este sistema de valores morales ha ido evolucionando históricamente en una ética que defiende la autonomía individual como exigencia de la libertad, unas instituciones que aseguren la integración en la modernidad capitalista entre las que destacaría la empresa, y en la creación desde esas estructuras inmediatas de un nuevo hogar público capaz de integrar vital y profesionalmente a los seres humanos de las sociedades modernas avanzadas.

La ética no está formada únicamente para el individuo y la sociedad también está influenciada por el ambiente de trabajo en las empresas. En las organizaciones la ética se refiere a los procesos a través de los cuáles se evalúan y se toman las decisiones con base en lo bueno y lo malo. Debido a que las personas tienen códigos de ética personal y diferente, las organizaciones tiene que ser muy cuidadosas con las normas, misión, visión y expectativas éticas corporativas. Los directivos con visión deben evitar cometer acciones poco éticas y pensar cuidadosamente en las consecuencias e implicaciones de sus acciones. Habrá que definir los intereses con claridad, identificando los valores de relevancia; sopesar los valores en conflicto y seleccionar la opción que los equilibre, implementar decisiones éticas que requieran la justificación de las acciones de la organización, puesto que las consecuencias de corto o largo plazo van a ser evaluadas como satisfactorias o no satisfactorias conforme a los intereses de los involucrados en la empresa.

¿QUÉ ES LA ÉTICA ORGANIZACIONAL?

La ética organizacional es el conjunto de principios, creencias morales y valores que funcionan como directriz a la hora de tomar decisiones frente al desarrollo de alguna actividad, responsabilidad o servicio. De igual modo, tiene bajo su jurisdicción el bien común y el compromiso fundamentado en el respeto hacia sus socios, empleados y clientes.

Así pues, se establece la ética como el centro de la empresa, ya que fortalece su confianza e imagen ante la sociedad. Una empresa sin credibilidad es una empresa que raramente logrará mantener un vínculo a largo plazo con un cliente, o que le costará mucho evitar la rotación constante de personal, entre otras falencias que afectan directamente su productividad y crecimiento.

Una empresa con buenas fundamentaciones desde la ética organizacional ofrece a todos los involucrados en sus proyectos, la misma atención, compromiso y calidad comunicativa.

De este modo, la ética empresarial permite:

- *Planear y consolidar los principios morales de la actividad empresarial.*
- *Expandir y fortalecer los valores requeridos, tanto en el ambiente y el entorno laboral, como en el clima organizacional.*
- *Desarrollar las normas internas, basadas en los principios éticos a implementar.*
- *Capacitar a todos los colaboradores frente a las normas y principios éticos que rigen a la empresa, con el fin de que se conviertan en embajadores empresariales.*

CARACTERÍSTICAS DE LA ÉTICA ORGANIZACIONAL

La ética es directriz, coadyuva directamente en la toma de decisiones y en el fortalecimiento de la imagen de la empresa ante la sociedad, sus socios, clientes y trabajadores. Es por lo anterior que se puede definir bajo los siguientes pilares:

- *Las normas éticas orientan la acción de las empresas en pro del cumplimiento de sus deberes sin sobrepasar sus límites, siempre ejecutando sus actividades apegados a la ley.*
- *El planteamiento de las normas de ética organizacional debe realizarse en conjunto, y los involucrados deben estar en total acuerdo con lo propuesto y establecido, ya que de cierta manera las pautas son representación de la identidad de la empresa.*
- *Uno de los objetivos de la ética organizacional está enfocado en la resolución de conflictos internos y en la correcta toma de decisiones.*

- *Las normas o códigos de ética estipulados al interior de la empresa, deben ser de obligatorio cumplimiento para todas las partes involucradas en el organigrama empresarial.*

COMPONENTES DE LA ÉTICA ORGANIZACIONAL:

La ética organizacional es una macro estructura que se compone de distintos aspectos los cuales surgen a lo largo del desarrollo y ejecución de las actividades propias. Sus principales componentes son:

- **Ética social:** su punto de partida se encuentra en la sociedad, específicamente en sus costumbres y prácticas, que permiten la armonía en la interacción, por lo que todo acto por fuera de lo normativo o lo legal, es considerado reprehensible.
- **Ética profesional:** son todos los valores morales que controlan y guían el quehacer profesional, enfocando sus acciones al desarrollo de su deber dentro de lo correcto y lo normativo.
- **Ética individual:** son los estándares y valores personales que son utilizados y enmarcados al momento de interactuar en sociedad o escenario.

¿CÓMO SOLIDIFICAR LA ÉTICA EN LAS EMPRESAS?

Muchas veces, al interior de la empresa, se cuenta con un código ético, sin embargo, no se sabe transmitir el mensaje a los colaboradores y trabajadores en general. Una de las estrategias que van de la mano con la evolución empresarial es la capacitación constante.

La capacitación ayuda a abordar y a dejar claros aquellos aspectos relacionados a los intereses empresariales, como las normas de seguridad y salud, los derechos y deberes de los empleados, las funciones de la estructura organizacional, y lo más importante, el código de ética que al interior se lleva a cabo. ¿Cuál es la finalidad de esto? Dar a conocer las bases que rigen el comportamiento entre empleados, directivos y clientes; esta disposición ayuda a los empleados a determinar si se sienten o no, identificados con dichas normas, y así los compromete a seguirlas a cabalidad.

Para salvar obstáculos y asegurarnos de que la comunicación es efectiva dentro de un marco ético, se pueden llevar a cabo diversas acciones:

- Asegurarse de que la alineación de la comunicación con los objetivos estratégicos busque generar confianza más que resultados;
- Transmitir a todos los estamentos de la organización lo que se busca con el código ético, no sólo hablando de su importancia, sino implementando estrategias y compartiendo escenarios que le permitan a los empleados

resolver dilemas éticos y generar una cultura de apoyo a la adherencia a los estándares éticos.

- Ajustar los mensajes a las situaciones y a los públicos que se pretende alcanzar para evitar la improvisación y la pérdida de información;
- Asegurarse de que los encargados de transmitir los mensajes son personas cuya actuación regular represente un ejemplo de comportamiento ético y que mantengan sus promesas y compromisos;
- Buscar los mejores medios para transmitir los mensajes y finalmente,
- Llevar a cabo todas las acciones comunicativas en el momento oportuno