

Trabajo Fin de Grado

LA ÉTICA DE LAS EMPRESAS

BUSINESS ETHICS

Autor/es

Daniel Gayán Chaparro

Director/es

Natalia Dejo Oricain

Facultad de economía y empresa

2019

*“Si quieres gozar de una buena reputación
preocúpate por ser lo que aparentas ser”*

Sócrates.

Autor del trabajo: Daniel Gayán Chaparro

Directora del trabajo: Natalia Dejo Oricain

Título del trabajo: La ética de las empresas

Title of the work: Business ethics

Titulación: Administración y Dirección de Empresas

Resumen

En la actualidad, resulta imprescindible que las organizaciones se diferencien de su competencia, por eso es vital dotar a una organización de un valor añadido. Este trabajo pone de manifiesto cuán importante resulta para una empresa comportarse de manera ética, reflejando unos valores sociales y empresariales. En este ámbito, se debe conocer la importante labor que ha desarrollado las Naciones Unidas para conseguir un mundo empresarial más ético fomentando el respeto por el medio ambiente, los Derechos Humanos y la lucha contra la corrupción mediante los Principios Universales. También, se recomienda a las empresas la creación de su propio Código Ético, explicando las pautas que deben seguir para llevarlo a cabo. Para concluir, se exponen los casos de Volkswagen y el Dieseldate, la obsolescencia programada de Apple y “El Tarifazo” de Iberdrola donde se demuestra que unas malas prácticas éticas pueden ocasionar graves perjuicios, incluso a empresas tan potentes como las mencionadas anteriormente.

Palabras clave: Ética, Código Ético, Pacto Mundial, Naciones Unidas, Dieseldate, Volkswagen, Apple, Iberdrola

Abstract

Nowadays, it is essential that organizations differentiate themselves from their competitors, so it is vital to provide an organization with an added value. This work illustrates how important it is for a company to behave ethically and reflect social and business values. In this area, we should be aware of the important work that the United Nations has done to achieve a more ethical business world by promoting respect for the environment, human rights and the fight against corruption through the Universal Principles. It is also recommended that companies create their own Code of Ethics, explaining the guidelines they must follow to carry it out. To conclude, the cases of Volkswagen and Dieselgate, the programmed obsolescence of Apple and "El Tarifazo" of Iberdrola where it is demonstrated that ethical bad practices can cause serious damage, even to companies as powerful as those mentioned above.

Keywords: Ethics, Code of Ethics, Global Compact, United Nations, Dieselgate, Volkswagen, Apple, Iberdrola

ÍNDICE

Resumen	3
Abstract	4
Introducción	6
Objetivos.....	7
Principios fundamentales de la ética de las empresas	8
Principios universales del Pacto Mundial de las Naciones Unidas	10
¿Por qué es necesaria la ética en las empresas?	11
Incumplimiento ético	14
Código Ético	14
Principales ventajas y beneficios del Código Ético.....	15
¿Quién realiza el Código Ético en una empresa?	15
Principales casos de incumplimiento ético y sus sanciones.....	19
Dieselgate, Volkswagen	19
Consecuencias y sanciones	20
Conclusión	21
Apple, obsolescencia programada	22
Apple	22
Consecuencias y sanciones	23
Conclusión	24
El “Tarifazo”, Iberdrola	25
Consecuencias y sanciones	26
Conclusión	26
Conclusiones.....	27
Bibliografía.....	28

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1. Orígenes de la ética empresarial.....	7
Ilustración 2. Esquema del Pacto Mundial	9
Ilustración 3. Funcionamiento del software de Volkswagen.....	19

Introducción

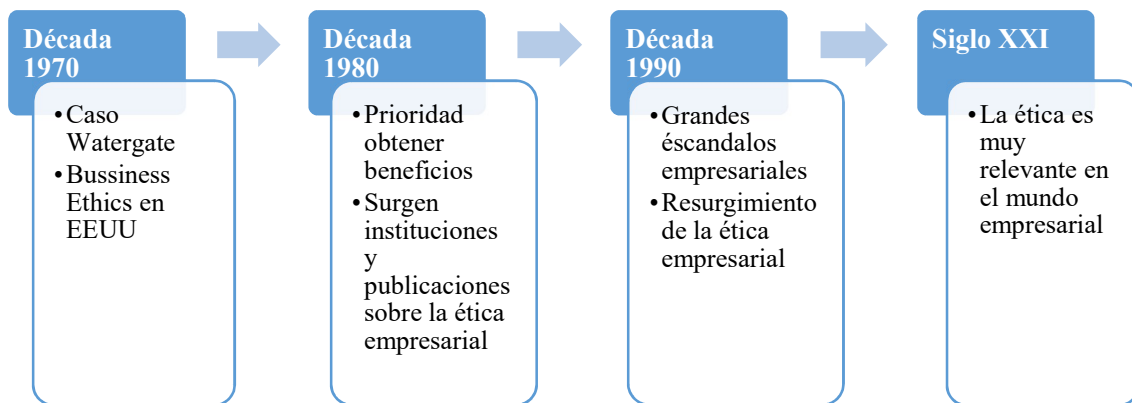
En este trabajo se estudia el buen comportamiento ético que llevan a cabo hoy en día las organizaciones, se trata de un tema de gran relevancia debido a que la sociedad está cambiando rápidamente. Los clientes no solo adquieren un producto, sino que necesitan sentir que aportan algo a la sociedad con esa compra, por ello las empresas tienen que darle la importancia que merece la Responsabilidad Social Corporativa si no quieren quedarse atrás. De no ser así, puede ocasionarles desventajas debido a la pérdida de confianza de sus clientes, deterioro de la imagen de la empresa, etc.

Sobre este tema se ha escrito mucho desde los años 70 cuando a raíz del caso Watergate en Estados Unidos se empezó a hablar de la ética en los negocios. La idea que se viene a la mente cuando se oyen estos términos está bastante alejada de la realidad, ya que va mucho más allá, como explica Adela Cortina, catedrática de Ética y Filosofía Política de la Universidad de Valencia y directora de la Fundación Étnor, *“la responsabilidad social no consiste en mera filantropía, no se trata de realizar acciones de beneficencia, desinteresadas, sino en diseñar las actuaciones de la empresa de forma que tengan en cuenta los intereses de todos los afectados por ella. La idea de beneficio se amplía al económico, social y medioambiental, y la de beneficiario, a cuantos son afectados por la actividad de la empresa. Como en algún lugar he escrito, la responsabilidad social debe asumirse como una herramienta de gestión, como una medida de prudencia y como una exigencia de justicia.”* (Cortina, 2005)

A mediados del siglo XX hubo dos acontecimientos que pusieron de manifiesto la ética y la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas. El primero de ellos, proponía que las decisiones empresariales se tomaran de acuerdo con los 9 principios que hacen referencia a los derechos humanos, medioambientales, laborales y al compromiso a eludir las prácticas de corrupción. Fue por medio de Kofi Annan, secretario de las Naciones Unidas, que propuso un pacto mundial en 1999 en el Foro Económico de Davos.

El segundo fue en 2001, la comisión de la Unión Europea publicó el libro verde “Fomentar un marco para la responsabilidad social de las empresas” con el objetivo de convertir a Europa en una organización competitiva y potente en comparación con el resto del mundo, por ello se aconseja que tomen las decisiones con una perspectiva social, económica y medioambiental para crecer de una manera sostenible.

Ilustración 1. Orígenes de la ética empresarial.



Fuente: Elaboración propia

Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es poner de manifiesto la importancia de seguir una estrategia en Responsabilidad Social Corporativa en una organización, mediante la explicación teórica del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y del Código Ético, también de una forma más práctica se analizarán los problemas que ocasiona no respetar los códigos éticos y casos más relevantes a nivel mundial sobre incumplimiento ético.

Principios fundamentales de la ética de las empresas

La importancia de la ética para las empresas ha aumentado recientemente ya que la sociedad está más concienciada, ¿a qué se debe? El primer motivo es evidente: la corrupción. Estos casos han salido a la luz pública mucho más en estos últimos años, se han destapado numerosos escándalos políticos y empresariales a raíz de la fuerte crisis económica que sacudió prácticamente a todo el mundo desde 2008 y que provocó la desconfianza generalizada de la población en personas importantes del mundo político y empresarial, esto generó que se investigaran “movimientos” extraños demostrando comportamientos poco éticos. La especulación financiera, la burbuja inmobiliaria, preocupaciones alimentarias como el aceite de palma, el alarmante problema medioambiental del planeta y el sentimiento de engaño que ofrecen algunas campañas publicitarias, han provocado que los clientes exijan más a las empresas. Las necesidades de los consumidores han cambiado, ya no basta con ir al supermercado y que la leche te sacie en el desayuno, hoy en día los clientes le dan casi la misma importancia al precio y calidad del producto como a que esa empresa compre la leche en granjas respetuosas con los animales, o que el envase sea reciclable y medioambientalmente sostenible. Este cambio social es el que ha llevado a las empresas a luchar más que nunca por conseguir buenos resultados, como consecuencia han cambiado sus métodos productivos y han implantado códigos éticos.

Para empezar a entender lo que significa la ética de las empresas es importante saber su significado, por ello se pueden dar dos definiciones:

- Para la filósofa española Adela Cortina, Catedrática de ética en la universidad de Valencia, sería: *“el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidos por una sociedad pluralista al ámbito peculiar de la empresa lo cual requiere entenderla según un modelo comunitario”*. (Cortina, Ética de la razón cordial, 2007)
- Para la European Business Ethics Network, *“la ética de los negocios es una reflexión sobre las prácticas de negocios donde se implican las normas y valores de los individuos, de las empresas y de la sociedad”*. (EBEN, 2019)

A continuación, se va a hablar de los nueve principios mencionados al comienzo de este trabajo, el Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact) aprobado en el Foro

Económico Mundial de Davos en 1999, propuesto por el entonces secretario general de las Naciones Unidas, Kofi Annan.

El Pacto Mundial tiene como objetivo legitimar socialmente a las empresas y a los mercados. Para ello, se adhieren al acuerdo las corporaciones que comparten la construcción de un mercado más estable, equitativo y que fomenta la prosperidad de las sociedades a través de los principios universales.

En 1999, con la formulación del Pacto Mundial fueron nueve los principios que se enunciaron, pero en la Cumbre de Líderes de Global Compact en Nueva York de 2004, se introdujo otro principio en el Pacto, este hace referencia a la corrupción. Desde entonces, quedó configurado el Pacto Mundial como *“una iniciativa de Naciones Unidas de carácter voluntario, que persigue la implantación en la estrategia y las operaciones diarias de las entidades de diez principios básicos de conducta en materia de derechos humanos, relaciones laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.”*

Hay más de 12000 organizaciones empresariales y no empresariales que se han adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

(Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, 2014)

Ilustración 2. Esquema del Pacto Mundial



Fuente: PactoMundial.org (20/07/2019)

Principios universales del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

- Principio 1

“Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia”

- Principio 2

“Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos”

- Principio 3

“Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”

- Principio 4

“Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”

- Principio 5

“Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”

- Principio 6

“Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”

- Principio 7

“Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente”

- Principio 8

“Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental”

- Principio 9

“Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente”

- Principio 10

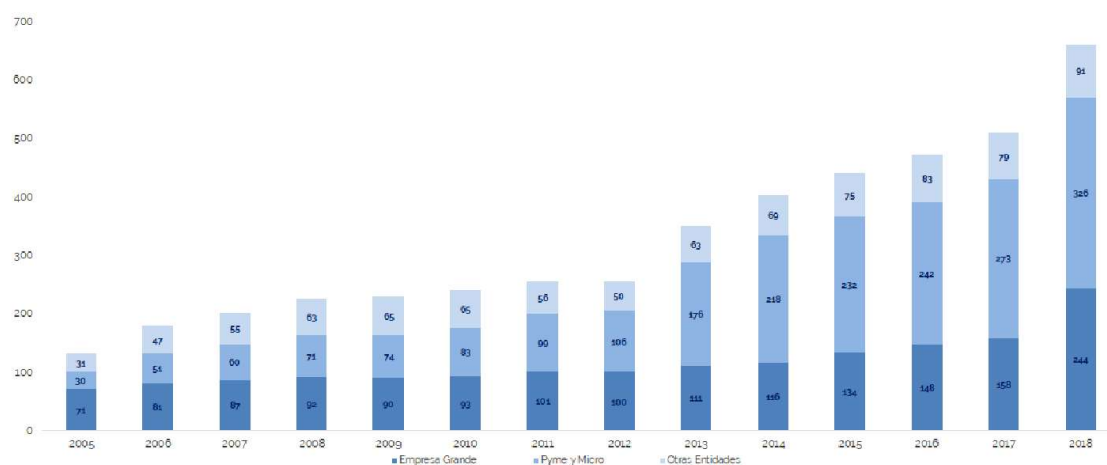
“Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno”

(Naciones Unidas, 2019)

¿Por qué es necesaria la ética en las empresas?

Como se ha comentado en puntos anteriores, la ética de las empresas es el factor más importante en el progreso de los derechos humanos y laborales, la defensa del medioambiente o la lucha contra la corrupción, pero no solo eso, gracias a las mejoras que realizan las organizaciones en estos ámbitos se consiguen incrementos en los beneficios y un crecimiento empresarial mayor. Estas mejoras se ven reflejadas en la tendencia al alza del número de socios del Pacto Mundial que se viene dando desde su creación, aunque es más pronunciada en los últimos años con la recuperación de la crisis económica mundial como se puede observar en el siguiente gráfico.

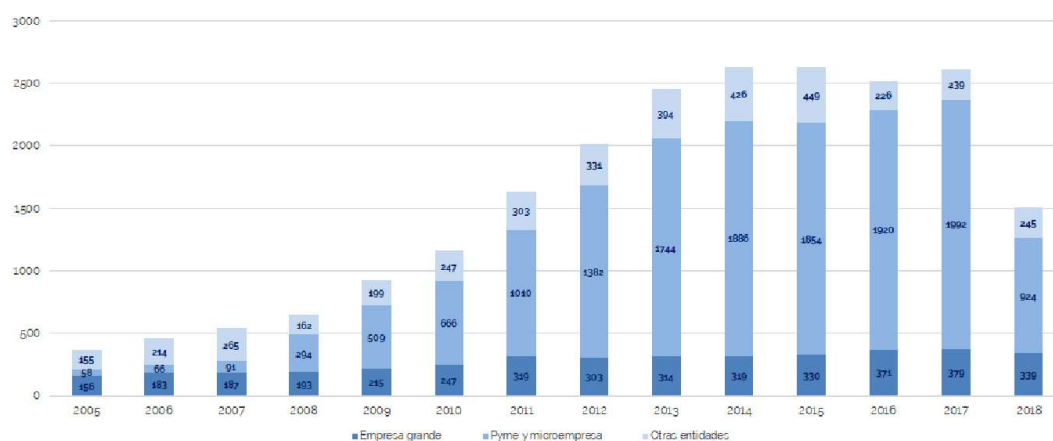
Gráfico 1. Evolución de los socios del Pacto Mundial (2005-2018)



Fuente: pactomundial.org

Respecto a las empresas adheridas a dicho Pacto, cabe destacar un cambio en la política interna a la hora de contabilizar el número de socios. Este cambio consiste en que no tiene en cuenta las micropymes, por ello se observa una disminución muy brusca en el último año, que resulta engañosa, ya que la tendencia sigue siendo al alza año tras año.

Gráfico 2. Evolución de los firmantes del Pacto Mundial (2005-2018)



Fuente: Pactomundial.org

(Sánchez, Castillo, & Carricondo, 2018; Naciones Unidas, 2019)

Dentro de la ética de las empresas se pueden distinguir ámbitos diversos como ya hemos comentado en párrafos anteriores. Una manera de organizarlos es diferenciando entre los que afectan a la ética interna y los que afectan a la ética externa. En la ética interna englobamos aquellos ámbitos que están enfocados en las relaciones personales dentro de la empresa (empleados, directivos,...), dentro de los recursos humanos se exigen unos valores que eviten malas prácticas de la compañía en cuanto a condiciones laborales. De tal manera que se garanticen unas jornadas laborales justas, salarios acordes, etc. Los recursos humanos se basan en el desarrollo y relación de las personas y tales complicaciones están muy ligados a los problemas éticos.

Los principales problemas éticos en el ámbito interno serían:

- Salarios justos para cada puesto de trabajo
- Acoso o mobbing laboral
- Desigualdad de oportunidades
- Discriminación laboral
- Confidencialidad y privacidad de la información

El ámbito externo se enfoca principalmente en la relación con los clientes, proveedores, las diferentes administraciones, accionistas, opinión pública... se exige a las compañías un comportamiento ético y responsable para que esto no afecte a su porvenir en el mercado.

En este caso, los problemas éticos en el ámbito externo podrían ser:

- Despreocupación por el medio ambiente
- Publicidad engañosa
- Corrupción
- Productos de baja calidad
- Veracidad de la información

(Elegido, 1996; Ruiz, Gago, García, & López, 2012)

Incumplimiento ético

Código Ético

Antes de hablar de los incumplimientos éticos que puedan tener empleados, organizaciones o accionistas, es importante que las empresas creen su propio Código Ético, ya que gracias a él se hace una recopilación de los valores, principios y pautas éticas y de conducta que conforman la cultura organizacional de la empresa. Es tan importante porque como dice Denis Collins en su libro *Essentials of Business Ethics*, “*El código funciona como una conciencia colectiva cuando el dueño de la empresa no está cerca*”. (Collins, 2009). El Código Ético debe funcionar como un parámetro que unifique la conducta de todas las personas asociadas a la empresa para que disminuyan las ambigüedades morales y se creen estándares de comportamiento.

“Las principales funciones que cumple el Código Ético serían:

- *Identifica las metas y roles que la empresa pretende desarrollar en la sociedad.*
- *Declara e informa sobre la filosofía de la compañía.*
- *Establece cuáles son las conductas óptimas, las deseadas, las prohibidas, las obligatorias de forma comprensible para todos los miembros de la empresa.*
- *Establece cuál es el procedimiento a seguir para la resolución de los conflictos o de los dilemas éticos que se puedan surgir en su puesta en práctica.*
- *Determina cómo se va a llevar a cabo la evaluación del grado de seguimiento de su contenido y el sistema de sanciones y recompensas en función de su ejecución.*
- *Sirve como mecanismo de garantía de la buena imagen y reputación de la compañía y protege al capital humano frente a posibles injusticias que puedan desencadenarse en el seno de la organización.”*

(Capitalismo Consciente, 2018)

Principales ventajas y beneficios del Código Ético

Gracias a las funciones que proporciona el Código Ético que se ha comentado anteriormente, se pueden obtener beneficios empresariales, tanto internos como externos.

Desde el punto de vista interno, regula como debe actuar la plantilla en cada situación y gracias a ello favorece la igualdad de condiciones y tratamiento entre los miembros de la empresa, además consigue que los altos cargos actúen con imparcialidad ya que está regulado el procedimiento a seguir. Todo esto impulsa el compromiso y la fidelidad del capital humano y se obtiene una sólida cultura organizacional que conlleva un buen ambiente de trabajo y da sensación de seguridad.

En cuanto a las ventajas externas que supone el Código Ético, previene o minimiza las situaciones de crisis o riesgo de la organización, ya que los conflictos son tratados en primera instancia y de forma interna. Gracias a ello, se incrementa la confianza de los inversores y accionistas, ayuda a atraer talento a la empresa y la imagen corporativa de la organización mejora por lo que se consigue fidelizar a clientes y proveedores así como demás stakeholders.

(Capitalismo Consciente, 2018)

¿Quién realiza el Código Ético en una empresa?

La responsabilidad de formular el Código Ético en las grandes empresas recae sobre el consejo de administración, pero debe ser aprobado por la junta general de accionistas. En algún caso, se puede aprobar por el consejo de administración, pero siempre que sea ratificado por la junta de accionistas.

Ahora se va a describir la labor de cada uno de los cargos mencionados anteriormente para que se cumpla el Código Ético dentro de la empresa, y su relación con las distintas partes que integran la organización.

Entre las funciones de los accionistas y propietarios destaca la de obtener beneficios con su actividad habitual compatibilizándolo con un desarrollo social sostenible y respetuoso con el medio ambiente, de manera ética y responsable. También, como ya se ha mencionado anteriormente, deben aprobar el Código Ético y por tanto, procurar su efectiva aplicación, exigiendo siempre la actuación ética de la organización. Compensar a los trabajadores con un salario justo en relación a su trabajo también es una labor que tienen que afrontar, al igual que deben nombrar a administradores y directivos que

realicen una labor profesional, ética y responsable de su gestión. Por último, y no menos importante, definir y defender la misión y los valores de la empresa en línea con su Código Ético.

Los administradores y directivos que nombra la junta de accionistas también tienen unas funciones para implementar el Código Ético en la empresa, estas funciones son las siguientes:

- Realizar un ejercicio profesional, ético y responsable de su actividad.
- Cumplir y hacer cumplir el Código Ético de la empresa y para ello darlo a conocer y establecer los mecanismos adecuados para garantizar su aplicación.
- Informar a los propietarios y accionistas de la situación y perspectiva de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las normas y principios de contabilidad y establecer sistemas de control y gestión del riesgo.
- Mantener los libros y registros de la empresa con exactitud y honestidad.
- Facilitar a los auditores, externos e internos, de la empresa toda la información y explicaciones que requieran para la realización de su trabajo.
- Facilitar la transparencia y el control de sus retribuciones para que se adecue a su nivel de responsabilidad y desempeño y a las características de la empresa.
- Mantener la confidencialidad de los datos y documentos a los que tengan acceso por sus funciones en la empresa, incluso después de haber cesado en ellas.
- Cumplir con las obligaciones y deudas de la empresa en tiempo y forma, así como llevar a cabo los cobros que correspondan.
- Realizar y cumplir con un plan de sucesión que permita la independencia de los puestos y las personas.
- Elegir a sus colaboradores y subordinados por sus méritos y capacidades, pensando únicamente en el interés de la empresa.

En la ética, no solo es importante como actúas internamente, sino que también se debe seguir unos principios en las relaciones con el exterior. La relación con los proveedores y clientes ha de ser de forma ética y lícita. A la hora de buscar proveedores hay que seleccionar aquellos cuyas prácticas empresariales respeten la dignidad humana, no incumplan la ley y no pongan en peligro la reputación de la empresa, evitando alterar las

reglas de la libre competencia en la producción y distribución de bienes y no aceptando ni ofreciendo comisiones en metálico. Es importante también, buscar la excelencia en los bienes y servicios que ofrezca la empresa a los clientes que su satisfacción sea la esperada, además, garantizar una atención rápida y eficaz a la hora de atender sus reclamaciones.

En cuanto a la relación con los competidores, el Código Ético dicta que no hay que abusar de posiciones dominantes en el mercado y competir lealmente con las demás empresas para crear un libre mercado, absteniéndose de realizar prácticas desleales y no captar clientes de otros competidores mediante métodos no éticos.

La relación con los empleados es vital para que una empresa consiga sus objetivos, por tanto desde el Código Ético se dictan unas pautas que se han de cumplir para que desempeñen sus funciones de una manera óptima. Estas pautas serían:

- Tratar con dignidad, respeto y justicia a los empleados.
- No discriminar a los empleados por razón de raza, religión, edad, nacionalidad, sexo o cualquier otra condición personal o social.
- No permitir ninguna forma de violencia, acoso o abuso en el trabajo.
- Reconocer los derechos de asociación, sindicación y negociación colectiva.
- Fomentar el desarrollo, formación y promoción profesional de los empleados.
- Vincular la retribución y promoción de los empleados a sus condiciones de mérito y capacidad.
- Establecer y comunicar criterios y reglas claras en los procesos de contratación.
- Garantizar la seguridad e higiene en el trabajo, adoptando cuantas medidas sean razonables para maximizar la prevención de riesgos laborales.
- Procurar la conciliación del trabajo en la empresa con la vida personal y familiar de los empleados.
- Procurar la integración laboral de las personas con discapacidad o minusvalías, eliminando todo tipo de barreras en el ámbito de la empresa para su inserción.
- Facilitar la participación de los empleados en los programas de acción social de la empresa.
- Darles a conocer el Código Ético, y sus implicaciones para ellos, así como los medios de supervisión y canal de denuncias.

Las actuaciones de la empresa de cara a la sociedad civil son muy importantes ya que afectan a la imagen que tiene la sociedad de la organización. Por ello, se deben respetar los derechos humanos y las instituciones democráticas, manteniendo un principio de neutralidad política, salvo cuando se tengan que hacer aportaciones a partidos políticos e instituciones públicas pero siempre respetando la legislación vigente y garantizando su transparencia. También, la relación con estas instituciones públicas y autoridades debe ser lícita y respetuosa, no aceptando ni ofreciendo regalos o comisiones. Es muy importante, luchar por el respeto y defensa del medio ambiente y fomentar la responsabilidad social corporativa en la actividad empresarial. Por último, se debe colaborar con las Administraciones Públicas y con las entidades y organizaciones no gubernamentales dedicadas a mejorar los niveles de atención social de los más desfavorecidos.

(Instituto de consejeros y administradores, 2018)

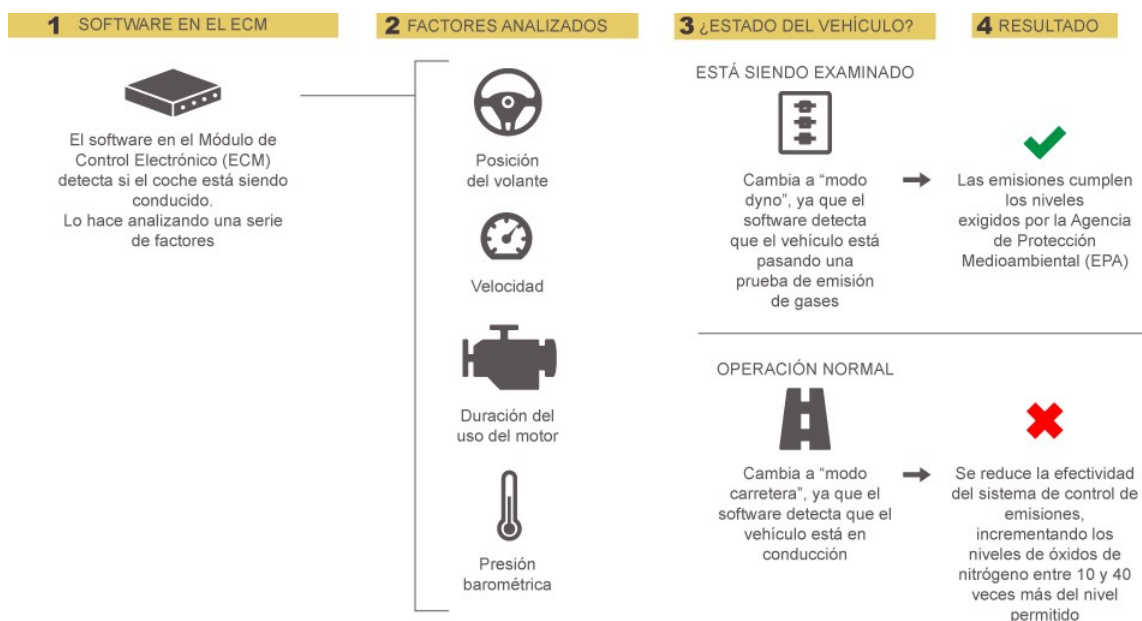
Principales casos de incumplimiento ético y sus sanciones

Dieselgate, Volkswagen

El caso Volkswagen ha sido uno de los más importantes de la historia, apodado Dieselgate, se produjo en septiembre de 2015 y se destapó en Estados Unidos gracias a la agencia de protección del medio ambiente (EPA). Esta detectó que se había instalado en los coches de la compañía un software que lograba alterar los resultados de los controles técnicos de emisiones contaminantes.

Este escándalo, afectó a más de 11 millones de coches en todo el mundo, vendidos entre 2008 y 2015. El sistema detectaba cuando el coche se estaba sometiendo a una prueba de emisiones de humo y se activaba, pero durante el uso habitual del vehículo se apagaba, emitiendo hasta 40 veces más gases contaminantes de los permitidos por la ley, incumpliendo la “Clean Air Act” (Ley del aire limpio).

Ilustración 3. Funcionamiento del software de Volkswagen



Fuente: Reuters.com (14/09/2019)

A los pocos días de destaparse el escándalo, Volkswagen reconoció su error y dio explicaciones de lo sucedido. La organización justificó este error diciendo que en 2005 un grupo de ingenieros de la empresa, ante falta de tiempo y de presupuesto, para superar los controles de emisiones de óxidos de nitrógeno establecidos en Estados Unidos produjo el software mencionado anteriormente. Posteriormente, los ingenieros consiguieron solucionar este problema, pero optaron por seguir utilizando este sistema.

Consecuencias y sanciones

Este escándalo tuvo mucha repercusión para la compañía, la principal consecuencia fue la dimisión de Martin Winterkorn, director ejecutivo de Volkswagen, que se produjo tras pedir perdón y después de 8 años en su cargo. El cargo lo ocupó Matthias Mueller, máximo accionista de la compañía Volkswagen, su principal objetivo era recuperar la imagen de la empresa y la confianza del público. Por ello, una de las principales medidas que adoptaron fue dejar de producir coches diésel en Estados Unidos.

En cuanto a lo económico, al destaparse el escándalo las acciones de Volkswagen se desplomaron con caídas de hasta un 30% en dos días, esto ocasionó una pérdida de capitalización de unos 25.000 millones de euros.

También, se produjo un descenso de ventas, ya que el mercado estadounidense inmediatamente prohibió la comercialización de la marca y muchos otros países le siguieron. Aun así, Volkswagen fabricó a un nivel muy similar al anterior, pero le costó 3 años llegar a un número de ventas igual al de antes del Dieseltgate, esto produjo un parón en el crecimiento de la compañía y una gran disminución de los ingresos.

No solo hay que tener en cuenta las pérdidas que ocasionó, Volkswagen también se enfrentó a unas duras sanciones, Estados Unidos ha sido uno de los gobiernos más duros, la Fiscalía General impuso una sanción de 14,7 millones de dólares para indemnizar a los usuarios damnificados. No sirvió de nada el pacto al cuál llegó con la EPA por el que para junio de 2019 un 85% de los 475.000 vehículos afectados en EEUU tienen que haber sido recomprados o reparados, o por el contrario Volkswagen sufrirá una nueva multa. En Europa, donde 8,5 de los 11 millones de vehículos afectados eran de zonas europeas, se impuso una multa de 1000 millones de euros, en otros países afectados como Brasil, la multa fue de 12,8 millones de dólares, en Corea del Sur también fueron duros con la compañía y les multaron con unos 25,7 millones de dólares.

Estos problemas económicos afectaron también a los empleados de la organización, ya que anunciaron que reducirían su plantilla mundial en 30.000 puestos de trabajo en un periodo de 4 años, lo que provocaría un efecto positivo sobre sus cuentas de 3.700 millones de euros anuales.

(Pozzi, Sánchez, & Doncel, 2019; Lafuente, 2019; Villareal, Volkswagen reducirá su plantilla en 30.000 trabajadores en todo el mundo de aquí a 2020, 2019; Villareal, Annus

Horribilis: el año del escándalo de Volkswagen y el fraude del TDI, 2019; McGuinness, 2019)

Conclusión

Como se demuestra en este estudio del caso Dieselgate, es muy importante para una empresa tener un Código Ético, pero no solo tenerlo, sino como se ha hablado a lo largo de este trabajo, hay que concienciar a todos los empleados de tu empresa para que lo cumplan al 100%. Este error que cometió Volkswagen puede costarle a cualquier organización la quiebra total, pero gracias al gran consorcio de empresas que lo componen y a un importante trabajo de marketing y medidas medioambientales logró paliar los efectos de un escándalo que aun así le produjo pérdidas multimillonarias.

En este trabajo, se ha hablado de lo importante que es el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Volkswagen era una de las empresas firmantes de este pacto donde se deben cumplir los 10 principios universales. A finales de 2015 se demostró que incumplía los principios 7, 8 y 9 que hacen referencia al respeto e iniciativas por el medio ambiente. Por ello, en 2016 las Naciones Unidas les invitaron a que dejaran de ser firmantes del Pacto Mundial mientras la situación siguiera así.

En conclusión, aunque este error lo cometen los empleados, los verdaderos culpables son los dirigentes de la organización, ya que no consiguen transmitir los valores y los ideales de la compañía para que se trabaje con unos objetivos sociales y no solo económicos. La gran pérdida de Volkswagen no fue monetaria sino social, el hecho de que las Naciones Unidas te inviten a dejar el Pacto Mundial daña considerablemente la imagen de marca. Las caídas históricas en bolsa, las indemnizaciones a clientes, las multas gubernamentales y demás problemas económicos, son eso, problemas económicos, lo más grave y que les va a costar recuperar es el posicionamiento y la imagen percibida de los clientes sobre la marca.

Apple, obsolescencia programada

La obsolescencia programada hace referencia a la vida útil que le da una fábrica o empresa a un producto, su finalidad es que el consumidor se vea obligado a adquirir uno nuevo. Esto asegura una gran demanda, por lo tanto, las empresas tienen más beneficios y una continua oferta, lo que influye en el desarrollo de la economía.

Se pueden distinguir tres tipos de obsolescencia programada, de función, de calidad y de deseo. La primera de ellas se da cuando sale a la venta un producto con mayor calidad o mejores funciones. La segunda, es quizás la más conocida, el producto después de pasar un tiempo de uso o de vida, empieza a tener un mal funcionamiento y falla. Y, por último, la del deseo, sucede cuando sale un producto más novedoso y las personas cambian el que ya tienen, simplemente por moda o popularidad.

La obsolescencia programada afecta de varias maneras a los consumidores, una sería la económica y otra la psicológica, se entra en un ciclo de consumismo que a veces hace que se compren bienes innecesarios. También, tiene grandes consecuencias en el medio ambiente ya que se genera un aumento de residuos constante.

Apple

Apple es una empresa Estadounidense mundialmente conocida, llegando a ser la empresa más valiosa del mundo en 2015. Su imagen se ha visto perjudicada en los últimos años, y es debido a que ha sufrido múltiples acusaciones de obsolescencia programada.

John Poole, fundador de la plataforma Geekbench, que proporciona una herramienta para medir las CPUs, publicó un estudio en 2017 en el cual relacionaba la degradación de la batería con el rendimiento del iPhone. Argumentaba que los dispositivos más antiguos reducían su rendimiento conforme la batería era menos duradera para forzarte a adquirir un producto más novedoso. Muchos medios de comunicación se hicieron eco de la noticia, y los fieles clientes de Apple comenzaron a dudar de la marca.

Ante esta mala publicidad, Apple emitió un comunicado detallado y transparente en el que admitía que en la versión 10.2.1 del sistema operativo integraron un nuevo algoritmo que reducía sustancialmente el rendimiento del teléfono cuando la batería alcanzaba ciertos niveles de degradación, con el objetivo de evitar apagones repentinos que los usuarios habían reportado sobre el iPhone 6 y iPhone 6s. Esto, puede considerarse obsolescencia programada, pero Apple se mantiene firme en su política y aseguraba que

es lo mejor para prolongar la vida útil del dispositivo. Donde sí reconocía su error y pedía perdón a esos clientes decepcionados, era en la comunicación de esta nueva práctica, reconociendo que podía haberlo explicado más detalladamente.

Consecuencias y sanciones

Debido a esta pérdida de popularidad y a la insatisfacción de sus clientes, en el mismo comunicado exponía las soluciones que iba a implementar la compañía. Para los usuarios que quisieran arreglar el problema de la batería de sus dispositivos, redujeron el precio del cambio de batería hasta 2018, pasando a ser de 29€. También, actualizaron a primeros de ese mismo año el sistema operativo, con el que se informaría mucho mejor del estado de la batería y van a continuar investigando como solucionar con métodos alternativos este mismo problema.

Las consecuencias no se hicieron esperar, y muchos usuarios de la marca empezaron a denunciarlos por todo el mundo, en la mayoría de países la sentencia se sigue investigando y en algunos incluso no tenga repercusión, pero está el caso de Italia, donde la Autoridad de la Competencia italiana (AGCM), anunció una multa de 10 millones de euros para la marca Estadounidense, el motivo era que provocaban la ralentización de sus dispositivos intencionadamente, y además, no informaron adecuadamente a sus usuarios de lo que conllevaba realizar esa actualización, violando así los artículos 20, 21, 22 y 24 del Código de los Consumidores *“al proponer insistentemente la descarga de actualizaciones de software que sus aparatos no podían soportar correctamente, sin informarles adecuadamente ni proporcionarles una forma efectiva de recuperar la plena funcionalidad de sus aparatos”* . Esta multa, supone la primera sanción en el mundo por obsolescencia programada.

Pero esto no solo ha ocasionado sanciones económicas, la imagen de marca de Apple se ha visto dañada. Quizás en un primer momento no se aprecie, ya que sigue siendo una de las marcas de telefonía que más vende en todo el mundo, pero Tim Cook el CEO de Apple tuvo que corregir las previsiones ante la junta de accionistas para las cuentas del primer trimestre de 2019 de la compañía, con una diferencia de 9.000 millones de dólares, una dura decisión para Apple. Uno de los motivos podría ser el precio de sus últimos modelos que alcanzan los 1.200 €, y los usuarios se dan cuenta de que la competencia tiene unos precios muy inferiores en los modelos de las mismas características, pero quizás el verdadero motivo sea el malestar de los usuarios por la obsolescencia programada. La

justificación que dio el CEO de la compañía hace referencia a la bajada de precio que Apple realizó para la sustitución de las baterías, Tim Cook dijo que esto había provocado que los usuarios prefirieran cambiar la batería y quedarse con sus antiguos teléfonos, dando a entender que la “obsolescencia programada” era un método para conseguir un número mayor de ventas.

(Ecoinventos, 2019; Rivera, 2019; Raya, 2019; Pastor, 2019; ABC, 2019)

Conclusión

Apple es una marca que fideliza a sus clientes vendiendo una imagen de calidad superior, consiguiendo que se sientan con un “status” mayor que si compran a otras compañías y ofreciéndoles un servicio técnico personalizado y de calidad. Por ello, la desconfianza que ha generado la marca con las acusaciones de obsolescencia programada le ha ocasionado muchos más perjuicios que cualquier sanción económica y ha provocado que muchos clientes compren otras marcas o que los más fieles no estén dispuestos a pagar tanto dinero por los últimos modelos que salen al mercado, quedándose con sus dispositivos más antiguos.

Como conclusión de esta investigación, se puede obtener que Apple ha incumplido el Código Ético, con las malas prácticas de obsolescencia programada y ocultando información a sus clientes sobre sus dispositivos. Como marca, debería realizar una campaña donde premiara a sus clientes más fieles, y dejara claro que ha cambiado sus prácticas de producción y tecnológicas para evitar la obsolescencia programada.

El medio ambiente también es otro de los perjudicados por la obsolescencia programada de Apple, debido a que el rápido deterioro de los dispositivos ocasiona que se produzcan mas unidas de los nuevos y por tanto, se generen muchos más residuos que ocasionan una gran contaminación.

El “Tarifazo”, Iberdrola

Iberdrola S.A. es un grupo empresarial dedicado a la producción, distribución y comercialización de energía a nivel internacional. En 2013, se le acusó de provocar un aumento estratosférico del precio de la luz, esa acusación se basa en un delito contra los consumidores por el supuesto cierre intencionado de sus embalses en el otoño de ese año para bloquear la producción de energía hidráulica y generar así un incremento de las tarifas. Iberdrola redujo su volumen despachado desde los 51 GWh del día 29 de noviembre hasta cantidades inferiores incluso a los 20 GWh, lo que implicó que no fueran aprovechados los recursos hidráulicos para satisfacer la demanda. Los hechos se produjeron entre el 30 de noviembre y el 23 de diciembre, ocasionaron unas subidas de record para los consumidores, llegando el día 18 de diciembre al precio de 91,89 euros por megavatio, que en comparación con la cuota del mes de noviembre suponía un incremento del 126%. El escándalo fue tal, que el día de la subasta el gobierno de Mariano Rajoy tuvo que intervenir el precio, llevando al ejecutivo a cambiar todo el sistema de fijación de precios para evitar que la luz subiera de golpe un 11%.

Pero no solo los consumidores se vieron afectados, las empresas comercializadoras tuvieron pérdidas o ganaron menos de lo previsto para esas fechas, sobre todo aquellas que habían pactado un precio fijo con sus consumidores ya que esta subida no entraba en sus previsiones. Los intermediarios trasladaron a la OCU pérdidas de en torno a 31 millones de euros.

Ya en 2015, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) dictaminó que Iberdrola había recortado el suministro de energía hidráulica intencionadamente y que le había ocasionado un beneficio de 21,5 millones de euros. Por el contrario, los usuarios habrían sufrido pérdidas por valor de 105 millones de euros.

La compañía demostró no tener un Código Ético y una jerarquización muy estructurados, ya que, cuando se les instó a que aclarara estas incongruencias, admitieron que las tarifas se fijaban por medio de órdenes verbales, un método anticuado y poco transparente, además, la guardia civil no encontró acta alguna de las reuniones donde supuestamente fijaban los precios y no tenían ningún protocolo interno sobre quien debía participar en esas decisiones o que parámetros se usaban para calcularlas.

Consecuencias y sanciones

La primera sanción llegó en 2015, Anticorrupción denunció a Iberdrola al considerar que ésta cometió un delito contra el mercado y los consumidores en 2013, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) impuso una sanción de 25 millones de euros por la manipulación del precio de la energía eléctrica en 2013, calificado como una conducta muy grave.

El caso todavía sigue en los juzgados, ya que la fiscalía anticorrupción y Consumidores en Acción (FACUA) entienden que Iberdrola incurrió en una práctica delictiva y el Código Penal establece penas de prisión de uno a cinco años y multa de doce a veinticuatro meses para *“el que detrajere del mercado materias primas o productos de primera necesidad con la intención de desabastecer un sector del mismo, de forzar una alteración de precios o de perjudicar gravemente a los consumidores”*.

Socialmente, este escándalo daña la imagen de marca ante los clientes y la sociedad, aunque de manera económica no le afecta tanto como le podría afectar a cualquier empresa, ya que, la electricidad es un bien necesario para todo el mundo y se va a seguir consumiendo. Además, el sector eléctrico no es muy multitudinario e Iberdrola forma parte del lobby que gestiona la mayor parte del mercado de la electricidad.

(Olmo, 2019; Hernández, 2019; Noceda, 2019; Lizarraga, 2019)

Conclusión

Este caso, quizás sea un poco más curioso, porque como se demuestra en la investigación, Iberdrola incumple el Código Ético descaradamente además de los principios universales del Pacto Mundial, en concreto el artículo 10 que hace referencia a la corrupción. Y por otro lado, ha sido incluida en el índice “World's most ethical companies”, elaborado por el instituto Ethisphere, por sexto año consecutivo, siendo la única empresa española entre los seleccionados. (La Vanguardia, 2019)

Como conclusión, podemos decir que gracias a la buena publicidad, la imagen de Iberdrola no se haya visto tan afecta, pero a nivel económico y jerárquico este incumplimiento ético está ocasionando muchos problemas a una empresa líder a nivel mundial.

Conclusiones

Una vez finalizado el trabajo, considero que se han cumplido las expectativas que tenía antes de realizarlo, las cuales eran dar a conocer la importancia de seguir una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa, mediante el cumplimiento del Código Ético y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

El análisis realizado sobre algunos de los casos más importantes de los últimos años, ayuda a darse cuenta de las consecuencias que puede generar un incumplimiento ético. Organizaciones tan potentes a nivel mundial sufren crisis como las investigadas en este trabajo, que generan pérdidas millonarias de dinero, multas record a nivel mundial e incluso despidos y penas de prisión, todo ello, por no respetar la ética dentro de sus empresas.

En mi opinión, pienso que se debería exigir a las empresas la elaboración y cumplimiento de un Código Ético, ya que todas las organizaciones podrían adoptar medidas para respetar el medio ambiente, los derechos humanos y la corrupción. Incluyendo en el Código de Comercio y en la Legislación Internacional pertinente principios éticos de actuación de obligado cumplimiento para la empresa y que la Ley fije unas normas y unas sanciones dependiendo del caso para que los juicios no se tengan que alargar durante años.

También, considero que se podría incluir la obligación legal de que en el caso que las empresas obtengan beneficios, una pequeña parte de estos sea destinada a financiar políticas de Responsabilidad Social Corporativa.

Bibliografía

- ABC. (19 de Septiembre de 2019). *Llega la primera multa de la historia a Apple y Samsung por obsolescencia programada*. Obtenido de abc.es: https://www.abc.es/tecnologia/redes/abci-llega-primera-multa-historia-apple-y-samsung-obsolescencia-programada-201810241408_noticia.html
- Capitalismo Consciente. (2018). *¿Como crear una empresa consciente?* Capitalismo Consciente.
- Collins, D. (2009). *Essentials of Business Ethics*. WILEY.
- Cortina, A. (20 de Agosto de 2005). *Ética de la empresa, no sólo responsabilidad social*. *EL PAIS*, pág. 4.
- Cortina, A. (2007). *Ética de la razón cordial*. Ediciones Nobel.
- EBEN. (20 de Julio de 2019). Obtenido de European Business Ethics Network: <https://www.eben-net.org/>
- Ecoinventos. (18 de Septiembre de 2019). *¿Qué es la obsolescencia programada?* Obtenido de Ecoinventos.com: <https://ecoinventos.com/que-es-obsolescencia-programada/>
- Elegido, J. M. (1996). *Fundamentos de Etica de Empresa*. Mexico DF: IPADE.
- Hernández, J. A. (21 de Septiembre de 2019). *Anticorrupción acusa a Iberdrola de ganar 20 millones al manipular el precio de la luz*. Obtenido de El País: https://elpais.com/economia/2017/05/10/actualidad/1494430415_267693.html
- Instituto de consejeros y administradores. (2018). *Código de ética para empresas*. ICA.
- La Vanguardia. (21 de Septiembre de 2019). *Iberdrola incluida entre las compañías más éticas por el instituto Ethisphere*. Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/vida/20190227/46734918231/iberdrola-incluida-entre-las-companias-mas-eticas-por-el-instituto-ethisphere.html>
- Lafuente, S. (15 de Septiembre de 2019). *Caso Volkswagen: Sus consecuencias y el impacto para el marketing y reputación de la marca*. Obtenido de PuroMarketing.com: <https://www.puromarketing.com/14/25428/caso-volkswagen-consecuencias-impacto-para-marketing-marca.html>

- Lizarraga, E. (21 de Septiembre de 2019). *Iberdrola a declarar por El Tarifazo eléctrico*.
Obtenido de Aquimicasa.net:
<https://www.aquimicasa.net/blog/electricas/iberdrola-al-banquillo-por-el-tarifazo-electrico>
- McGuinness, D. (15 de Septiembre de 2019). *El impacto del escándalo de Volkswagen en la marca "Hecho en Alemania"*. Obtenido de BBC.com:
https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/09/150923_vw_escandalo_marca_alemania_men
- Naciones Unidas. (20 de Julio de 2019). *10 Principios Universales del Pacto Mundial*.
Obtenido de PactoMundial.org:
<https://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>
- Noceda, M. Á. (21 de Septiembre de 2019). *Multa de 25 millones a Iberdrola por manipular el mercado eléctrico*. Obtenido de El País:
https://elpais.com/economia/2015/11/30/actualidad/1448899458_123419.html
- Olmo, J. M. (21 de Septiembre de 2019). *La UCO cerca a Iberdrola por inflar el precio de la luz con el cierre de embalses*. Obtenido de Elconfidencial.com:
https://www.elconfidencial.com/espana/2019-02-18/la-uco-acorralla-a-iberdrola-por-manipular-el-precio-de-la-luz_1826362/
- Pastor, J. (19 de Septiembre de 2019). *Italia castiga la obsolescencia programada: Apple multada con 10 millones de euros, Samsung con 5 millones*. Obtenido de Xataka.com:
<https://www.xataka.com/moviles/italia-castiga-obsolescencia-programada-apple-multada-10-millones-euros-samsung-5-millones>
- Pozzi, S., Sánchez, Á., & Doncel, L. (12 de Septiembre de 2019). *Caso Volkswagen*. Obtenido de El País: https://elpais.com/tag/caso_volkswagen/a
- Raya, A. (19 de Septiembre de 2019). *Apple admite malas ventas del iPhone, y la "obsolescencia programada" tiene culpa*. Obtenido de Elespanol.com:
https://www.lespanol.com/omicrono/hardware/20190103/apple-admite-ventas-iphone-obsolescencia-programada-culpa/365714523_0.html
- Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. (2014). *El valor de compartir principios*. Madrid: Edamel.

- Rivera, N. (19 de Septiembre de 2019). *El sensacionalismo y la imprudencia afectó a una Apple que debió comunicarse mejor*. Obtenido de Hipertextual.com: <https://hipertextual.com/2017/12/apple-baterias-polemica>
- Ruiz, E., Gago, M. L., García, C., & López, S. (2012). *Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: McGraw-Hill.
- Sánchez, C., Castillo, E., & Carricondo, R. (2018). *Comunicando el progreso*. Pacto Mundial Red Española.
- Villareal, D. (15 de Septiembre de 2019). *Annus Horribilis: el año del escándalo de Volkswagen y el fraude del TDI*. Obtenido de Diariomotor.com: <https://www.diariomotor.com/2016/09/12/annus-horribilis-escandalo-volkswagen/>
- Villareal, D. (15 de Septiembre de 2019). *Volkswagen reducirá su plantilla en 30.000 trabajadores en todo el mundo de aquí a 2020*. Obtenido de Diariomotor.com: <https://www.diariomotor.com/noticia/volkswagen-recorta-30000-trabajadores/>