



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Ética empresarial: Análisis de los factores que influyen en el comportamiento moral de la organización y en clima ético de la empresa.

Autor

Ángela Milián Alastruey

Director

María José González Ordovás

Facultad de Derecho
2016

ÍNDICE

I. Introducción	1
II. Ética empresarial.....	3
1. ¿Qué se entiende por «Ética»?.....	3
2. Diferenciación con otros conceptos: Ética, moral y norma jurídica.....	4
2.1 La obligación moral	4
2.2 La obligación jurídica.....	6
2.3 La moral, la ética y la obligación jurídica.....	7
A) Diferencias entre las obligaciones morales y jurídicas:	7
B) Diferencia entre moral y ética	8
3. Ética aplicada: La ética empresarial.....	9
3.1. ¿Qué son las éticas aplicadas?.....	9
3.2. Ética empresarial.....	10
4. Responsabilidad Social Corporativa y Ética empresarial	12
III. Factores que influyen en el comportamiento moral de una organización y en el clima ético de la empresa.	15
1. Fuerzas externas.....	15
1.1 Influencia de las características individuales y valores personales	15
A) La moral personal.....	15
B) La moral religiosa.....	16
C) Los valores profesionales.....	16
1.2 El ordenamiento jurídico.	17
1.3 Moral mínima (Contexto Social).....	20
1.4 Contexto temporal y ciclo económico.	21
2. Fuerzas internas: El Contexto organizacional.....	22
2.1 La influencia de los miembros de la empresa	22
A) El liderazgo ético	22
B) Otros miembros de la empresa	23
2.2 Clima moral	24
IV. La institucionalización de la ética en la empresa.....	26
1. Documentos formales.....	26
1.1 Códigos éticos o de buena conducta.....	26
1.2 Códigos del buen gobierno corporativo.....	27
2. Responsables de prácticas éticas.....	29
3. Políticas formales.....	29
3.1 Comunicación efectiva	29
3.2 Establecer sanciones a las violaciones de las normas y códigos éticos	31
3.3 Adiestramiento o capacitación ética.....	32
3.4 Transparencia corporativa	34
4. La auditoría ética	35
V. Conclusiones	39
VI. Bibliografía y referencias documentales	41

I. Introducción

Tema de investigación

Analizar los factores que influyen en el comportamiento moral de una organización y en el clima ético de la empresa.

Formulación del problema

Preguntas de investigación:

- Ética, moral y norma jurídica. Relaciones y diferencias entre los diferentes conceptos.
- La ética desde un contexto empresarial: ¿Qué entendemos por ética empresarial?
- ¿Es lo mismo la ética empresarial que la Responsabilidad Social Corporativa?

Objetivos de la investigación

Objetivo general: Investigación y análisis de elementos y factores que influyen en el comportamiento moral y en el clima ético de una organización.

Objetivos específicos:

- Analizar qué es la ética empresarial y por qué se ha convertido en un elemento vital en las organizaciones actuales.
- Diferenciar conceptualmente ética, moral, norma jurídica y responsabilidad social corporativa.
- Estudiar los diferentes factores que afectan de manera directa o indirecta en el clima ético de las organizaciones. Clasificarlos atendiendo a su procedencia interna o externa en relación con la empresa.
- Implementación de estrategias efectivas y uso de herramientas para el fomento de la ética en el lugar de trabajo.
- Reflexionar acerca de por qué surgen conductas «poco éticas» en las organizaciones.

Justificación del estudio

- Elegí este tema de estudio principalmente por dos razones. La primera de ellas es que al cursar una carrera como es el Doble Grado de Derecho y

Administración de empresas, la ética empresarial resultaba ser una materia de confluencia entre las dos áreas de conocimiento.

- Por otra parte me parece interesante analizar por qué a pesar de que en un primer momento las organizaciones y las personas que las conforman pueden estar de acuerdo en lo que es “éticamente correcto” estas conductas se difuminan en la práctica, donde día a día encontramos conductas “no éticas” que son toleradas en las organizaciones incluso promovidas.

Metodología y procedimiento.

Se trata de una investigación de carácter descriptivo y exploratorio por ello se procederá a hacer una investigación documental para dar con literatura de referencia y trabajos publicados relacionados con el tema estudiado. Para ello se procederá a la lectura de libros, estudios, artículos de revistas así como páginas web relacionados con el trabajo.

II. Ética empresarial

1. ¿Qué se entiende por «Ética»?

Existe un debate desde tiempos inmemoriales en la filosofía sobre qué entendemos por ética así como si moralidad y eticidad son sinónimos o por el contrario son conceptos esencialmente diferentes entre sí.

Haciendo una revisión de bibliografía podemos encontrar numerosas definiciones del término ética.

Nos quedaremos como introducción con la definición aportada por Rosa Nilda Pérez Riestra. Para esta autora la ética son los «principios que orientan a las personas con respecto al concepto de la vida, el hombre, los juicios, los hechos, y la moral»¹.

Rodríguez Luño, completa la definición añadiendo que «entendemos por ética el estudio filosófico de la conducta humana»². Como él mismo señala, ésta definición engloba tres afirmaciones: Que la Ética es una rama de la filosofía, que ésta se elabora con una metodología y una finalidad prácticas, y que su objeto de estudio es la conducta humana.

Para conocer mejor el significado del término, vamos a estudiar los orígenes de la palabra.

Ética deriva del griego *ethos*, que significa «modo de ser» o «carácter» en cuanto forma de vida adquirida o conquistada por el hombre³. La palabra moral, procede del latín *mos* o *mores*, es decir «costumbre», en el sentido de conjunto de normas o reglas adquiridas por hábito.

Ambos términos en sus orígenes hacían referencia a aquellos comportamientos del hombre que son acordes con las buenas costumbres, es decir, señalan aquello que está bien porque se adecua a las costumbres que se estiman buenas.

Como podemos ver, originalmente significaban lo mismo. Sin embargo, a lo largo del tiempo ambos términos han ido evolucionado y en la actualidad podemos separar conceptualmente los términos de ética y moral.

¹ PÉREZ RIESTRA, R.N., *El comportamiento moral en las organizaciones: una perspectiva desde la ética de la empresa* [En línea], Memoria para optar al grado de doctor, Madrid, 2010, p.129 [Consulta: 25/02/2016] Disponible en web: <http://eprints.ucm.es/11089/1/T32191.pdf>

² RODRIGUEZ LUÑO, A., *Ética general (6ª ED)*, Editorial Eunsa, Navarra, 2010, p.19

³ SÁNCHEZ VÁZQUEZ, A., *Ética (3ª ED)*, Editorial Crítica, Barcelona, 1981, p.26

Tomando las palabras de Gregorio Robles en su Manual de Teoría del Derecho⁴ «La ética se ha convertido en una disciplina filosófica con su propio objeto de investigación: la bondad y maldad de las acciones, de los caracteres, de las intenciones, de las actitudes. Es la teoría del bien y del mal, y también de las virtudes. **En este sentido, la Ética es la disciplina que, dentro de la filosofía, investiga la moral.** El objeto de la ética es la moral».

Volviendo a nuestra definición inicial, podemos determinar entonces que la ética es la disciplina filosófica que estudia las acciones humanas y la bondad o maldad de las mismas. Esta se apoya en la razón para hacer juicios de valor que permitan distinguir el bien y el mal. También busca razones que justifiquen por qué ciertas acciones deben ser consideradas como buenas y por lo tanto, merecedoras de llevarse a cabo y por qué otras son calificadas como malas, por lo que no se deben incurrir en ellas. En resumen, estudia los actos no como son, sino como deberían ser, intentando determinar el comportamiento ideal del hombre.

2. Diferenciación con otros conceptos: Ética, moral y norma jurídica.

2.1 La obligación moral

Como explica Manuel Calvo García en su libro Teoría del derecho⁵, el término «moral» tiene un significado particularmente ambiguo.

Para realizar una aproximación a este concepto voy a recurrir a la clasificación que hace del mismo Gregorio Robles⁶, el cual diferencia entre cinco acepciones del término que resumo a continuación:

- *La moral individual o privada:* Donde la fuente de las normas morales es la conciencia de cada individuo y por consecuencia habría tantas concepciones morales como personas existentes.
- *Los sistemas de filosofía moral o sistemas éticos.* Nos referimos con este término a los sistemas construidos por grandes pensadores (Platón, Aristóteles, Espinosa, Kant...) cuya finalidad no es describir morales existentes en la vida social o individual de las hombres, sino proponer un determinado sistema de normas morales, que por sus características y contenidos, sea susceptible de aceptarse racionalmente, es decir, por todos.

⁴ ROBLES MORCHON, G., *Teoría del derecho I (4ª ED)*, Civitas Ediciones S.L., Navarra, 2012, pág.815

⁵ CALVO GARCÍA, M., *Teoría del Derecho (2ª ED)*, Tecnos, Madrid, 1992, p.216

⁶ ROBLES MORCHON, G., *Teoría del derecho I...cit.*, p.815-819

- *La moral que deriva o va asociada a la religión.* Donde los preceptos morales se formulan y se justifican sobre la base de determinadas creencias religiosas.
- *La moral social:* Que estaría compuesta por las ideas (principios) y normas morales que predominan en un determinado contexto social.
- Por último *la moral del derecho*, es decir, aquellas valoraciones intrínsecas a la creación de las normas del Derecho.

Vamos a tratar en este punto la denominada moral social, sin embargo no prescindiremos de las otras acepciones sino que irán apareciendo a lo largo de todo el desarrollo del trabajo.

Aquí nos interesa por tanto, el concepto de moral en cuanto que de los principios y los juicios de valor morales se derivan criterios y pautas de comportamiento que orientan la conducta social de los hombres.

Como hemos visto, la denominada *moral social* se compone del conjunto de concepciones morales dominantes en una determinada sociedad y en un momento dado.

Encontramos aquí una característica propia de este concepto, la relatividad. Las obligaciones morales varían según el momento de la historia así como según las culturas. Incluso, dentro de una comunidad, en un momento dado, suelen coexistir grupos que defienden principios y valores morales diferentes y, a veces, enfrentados. Esto no quiere decir que sean arbitrarias, ya que detrás de todo sistema moral existe un proceso detrás consistente en el enunciado de juicios de valor así como en la justificación de dichos juicios.

Podemos definir los juicios de valor como una expresión que el emisor emplea para aprobar o desaprobado algo, para distinguir si un determinado comportamiento es correcto o incorrecto. Siguiendo a Manuel Calvo « El juicio de valor moral al distinguir entre comportamientos correctos o incorrectos encierra, como consecuencia, una indicación de conducta. Esta indicación de conducta puede ser considerada como una regla moral, cuyo carácter obligatorio se derivaría de la existencia de un principio moral como presupuesto del juicio de valor y la presión social susceptible de ser ejercida para hacer respetar el principio moral al sujeto de la acción.»⁷

⁷ CALVO GARCÍA, M., *Teoría del Derecho...cit.*, p.218

Por lo tanto, un presupuesto esencial para que exista obligación moral es que el juicio de valor realizado tenga su justificación en un principio moral aceptado dentro de un grupo social y que además sea respaldado por el mismo.

2.2 La obligación jurídica.

Definir el término «Derecho» resulta una tarea difícil debido a la gran ambigüedad del concepto. A lo largo de los años se han englobado en este término realidades muy distintas e incluso contradictorias. Podríamos decir que no existe un concepto único e inequívoco de lo que es derecho. A pesar de ello, es cierto que hay un amplio consenso en poder definir el Derecho como «Una norma o conjunto de normas que regula coactivamente las relaciones sociales»⁸

Por lo tanto estamos de nuevo ante un sistema normativo, y como tal tiene unas características propias. El derecho tiene la finalidad de regular las conductas de los hombres, pero no para satisfacción de ellos, sino que, mira realizar una convivencia ordenada la cual se traduce en la expresión «bien común».

«El bien común no es la suma de los bienes individuales, ni la medida del bien de todos [...] es la ordenación de lo que cada hombre puede realizar sin perjuicio del bien ajeno, una composición armónica del bien de cada uno con el bien de todos»⁹

Podemos decir, que el derecho regula las conductas de los hombres pertenecientes a una sociedad con el fin de obtener una convivencia pacífica.

Las normas jurídicas no existen aisladas, sino que aparecen formando conjuntos ordenados y sistemáticos a los que se les denomina ordenamientos jurídicos. Siguiendo la teoría de Herbert Hart, este sistema u ordenamiento estaría formado principalmente por dos tipos de normas¹⁰:

- Las normas primarias, que serían aquellas que enuncian las formas de acción o de comportamiento lícitas o ilícitas.
- Las normas secundarias. Son normas que se reportan a las normas primarias:
 - Normas de reconocimiento: Destinadas a identificar las normas primarias haciendo posible la verificación de su validez y, por consiguiente, si pueden o no ser consideradas como pertenecientes a un determinado ordenamiento.

⁸ LÓPEZ CALERA, N., *Filosofía del derecho I*, Editorial Comares, Granada, 1997, p.63

⁹ REALE, M., *Introducción al derecho*, Pirámide, D.L, Madrid, 1976, p.65

¹⁰ REALE, M., *Introducción al derecho...cit.*, p.76 y 77

- Normas de modificación: Regulan el proceso de transformación de las reglas primarias, estableciendo cuáles son los procedimientos válidos para introducir o modificar normas jurídicas.
- Normas de juicio: Regulan la aplicación de las normas primarias. Institucionalizan medios y procedimientos para afrontar la posible ineficacia de las normas.

Manuel Calvo describe resumidamente el funcionamiento del sistema: «en primer lugar, al exigirse siempre el respaldo de una norma de reconocimiento como presupuesto esencial de la autoridad o validez de las normas jurídicas, la legitimidad de la obligación jurídica va a ser investida “reflexivamente” de las propias formas de la legalidad. En segundo lugar, la existencia de normas de reconocimiento va a permitir conocer de antemano la existencia de la obligación jurídica y las posibles consecuencias de la misma. Por último, en tercer lugar, la articulación normativa de un intenso aparato de violencia institucionalizada va a permitir reforzar considerablemente las expectativas de cumplimiento de las obligaciones jurídicas y presentarlas como ineludibles»¹¹.

De esta forma, queda fundamentada la obligación al derecho desde una perspectiva jurídica.

2.3 La moral, la ética y la obligación jurídica

A continuación vamos a estudiar más detenidamente cuales son los elementos clave que diferencian estos tres conceptos.

A) Diferencias entre las obligaciones morales y jurídicas:

Como hemos dicho, las obligaciones morales, al igual que las obligaciones jurídicas o las convenciones sociales sirven para guiar la conducta humana. Sin embargo, más allá de ese presupuesto común, la estructura normativa de las obligaciones morales se diferencia claramente del de las obligaciones jurídicas¹².

- Las obligaciones morales, al contrario que las obligaciones jurídicas, no son obligaciones explícitas. No hay normas ni criterios ciertos para saber cuáles son y cuál es el alcance de las obligaciones morales.
- La obligación moral es una obligación incierta, es decir, hay normas ni criterios explícitos de reconocimiento de los principios morales. Además dentro de una

¹¹ CALVO GARCÍA, M., *Teoría del Derecho...cit.*, p.213

¹² CALVO GARCÍA, M., *Teoría del Derecho...cit.*, p.217-219

misma comunidad pueden coexistir grupos con creencias y valores morales diferentes.

- El sistema jurídico permite crear, modificar o suprimir normas jurídicas con una cierta facilidad. Los valores morales, sin embargo, no pueden establecerse, cambiarse o eliminarse deliberadamente y con efectos inmediatos, existe lo que Manuel Clavo denomina «una resistencia al cambio».
- La presión social que refuerza el cumplimiento de las obligaciones morales es una presión difusa. La forma más característica de presión en este ámbito es apelar al respeto de unos principios morales que se suponen compartidos y aceptados por aquellos a los que se exige un comportamiento acorde con los mismos.
- La acción moral es una acción responsable. Las acciones que pueden ser objeto de juicios morales son acciones propias de los sujetos que ejecutan la acción. Esto quiere decir que son acciones voluntarias, lo que significa que el agente no actúa por causa de fuerza mayor o accidentalmente o sumido en cualquier tipo de ignorancia que afectase tanto a la existencia del principio moral como a los supuestos fundamentales que determinan su comportamiento

B) Diferencia entre moral y ética:

Al definir la Ética ya hemos hecho una primera aproximación sobre la principal diferencia que guarda respecto al término moral, sin embargo vamos a profundizar un poco más para delimitar mejor estos conceptos.

Como mencionamos antes, la moralidad se relaciona con lo que las personas deben hacer para cumplir con unas reglas de conducta establecidas por una sociedad. Ésta tiene que ver con prácticas sociales que definen lo correcto y lo incorrecto en un período dado.

En cambio, la labor primordial de la ética es examinar las normas morales con el fin de analizar los fundamentos de la moralidad. La ética busca las razones por los que un individuo cataloga una acción como buena o mala, justa o injusta.

Desde el punto de vista de la moral la gente se pregunta, ¿qué debo hacer en esta situación? Y la contestación se basa en un código normativo aceptado. Desde el punto de vista de la ética la gente se pregunta, ¿por qué debo obedecer esas normas morales? En este caso la contestación envuelve indagar sobre las razones de esas normas de

manera que guíen la decisión o acción dada. O sea, lo moral se determina en base a unos códigos normativos morales y la ética reflexiona sobre la justificación de los criterios en los que se basan dichos códigos.

Entonces, ¿qué se considera una acción correcta de acuerdo a la ética? Pues aquella que pueda justificarse de forma razonable en base a unos valores, principios, normas y virtudes morales concretas.

Relacionándolo con la definición de ética que dábamos al inicio de este trabajo, la ética es una reflexión sobre la moral. Como filosofía de la moral, la ética cuestiona el porqué unas conductas se consideran justificadas y otras no, contrasta los cánones morales que siguen distintas personas y/o sociedades en busca de su fundamento, formula principios universales que sirvan de guías de comportamiento e instituye postulados que justifiquen aquello por lo que vale la pena vivir.

Así pues, podemos decir que aunque frecuentemente se utilizan ambos conceptos como si fuesen sinónimos, estos tienen significaciones distintas del actuar humano, la moral impone pautas para la vida cotidiana y la ética reflexiona sobre qué origina y justifica dichas pautas. Que sean conceptos distintos no significa que no estén relacionados, podríamos decir que se complementan, ya que los principios éticos regulan el comportamiento moral.

3. Ética aplicada: La ética empresarial.

3.1. ¿Qué son las éticas aplicadas?

Las éticas aplicadas, también llamadas éticas prácticas, plantean la relación de la teoría general (ética normativa) y del lenguaje ético (metaética) con las necesidades y las circunstancias de la vida social. Son disciplinas filosóficas que estudian la ética en diferentes áreas como el medioambiente, la comunidad, la educación, el desarrollo de los pueblos, la política, el ejercicio de las profesiones, la estructura ética de los medios de comunicación, la bioética, la acción y la ética en las organizaciones empresariales, sobre la que trata este trabajo.

Para Rosa Nilda Pérez Riestra «Las éticas aplicadas intentan servir de guía para tomar la mejor decisión o acción a seguir en una situación dada. No es su propósito decir a la gente lo que debe considerar como bueno o malo, sino más bien pretende conciliar las

acciones con ciertos principios éticos, resultado de la reflexión y de la fundamentación teórica»¹³.

Estas disciplinas surgen durante las décadas de los 60 y 70 del siglo XX como resultado de reclamaciones por parte de diversos miembros de la sociedad ante la necesidad de dar respuestas a problemas como la destrucción de la ecosfera, el hambre en el mundo, el racismo, la guerra interminable, la presunta neutralidad de la economía o los problemas de la decisión médica en casos de conflicto moral¹⁴. De esta forma aparece todo un conjunto de reflexiones éticas (a través de comisiones de ética, de la opinión pública, de expertos en diferentes áreas y de la filosofía misma), acerca de estos fenómenos. A esto se les llama éticas aplicadas o también éticas prácticas porque intenta aplicar los principios obtenidos por la filosofía de la moral a las distintas dimensiones de la vida cotidiana.

Dentro de las éticas aplicadas, una que ha tenido una gran relevancia a nivel mundial durante los últimos años es la ética empresarial, la cual tratamos en este trabajo.

3.2. Ética empresarial

Como explica Melé Carné¹⁵ cada vez más la sociedad ha estado demandando de forma sistemática y explícita valores corporativos como la honestidad en los negocios, la imparcialidad y la objetividad profesional, la confianza o la transparencia. Los recientes escándalos corporativos y la generación de burbujas tecnológicas (nueva economía), financieras (globalización) o inmobiliarias han generado en la sociedad un mayor deseo de someter al escrutinio público las decisiones más relevantes que se toman en el seno de las grandes corporaciones, y que tienen un calado ético bien por comisión, bien por omisión, bien por inducción o bien por cooperación.

Localizamos el origen de la ética empresarial en Estados Unidos, comenzada la década de los setenta¹⁶. Varios autores coinciden en que su auge coincide con el estallido de numerosos escándalos como fue el asunto Watergate, un caso de escuchas ilegales entre partidos políticos, que provocó que la sociedad civil perdiera la confianza en las empresas y en el Gobierno y condujo a un aumento de la preocupación por la ética.

¹³ PÉREZ RIESTRA, R.N., *El comportamiento moral...cit.*, p.150

¹⁴ CORTINA ORTS, A., *Ética aplicada y democracia radical*, Tecnos D.L., Madrid, 1993, p.161

¹⁵ MELÉ CARNÉ, D., *Ética en la dirección de empresas*, Folio, Madrid, 1997

¹⁶ GUILLÉN PARRA, M., La ética empresarial. Una aproximación al fenómeno [En línea], *Cuadernos de Empresa y Humanismo*, Cuaderno 58, Universidad de Navarra, 1996, pp. 3-39 [Consulta: 1/04/2016] Disponible en web: <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/3943/1/Cuaderno058.pdf>

Este escándalo unido al desastre de la guerra de Vietnam, el régimen de segregación racial del apartheid y al papel imperialista de las empresas estadounidenses dio a lugar a que los ciudadanos empezaran a ser conscientes de que trabajar en determinadas empresas, o simplemente consumir sus productos, estaban contribuyendo a sostener a muchos regímenes políticos corruptos o totalitarios. Se crea así una necesidad de crear redes de confianza. Hasta entonces, la preocupación por la ética en el mundo de los negocios era prácticamente inexistente. La prioridad consistía en tener beneficios y los empresarios tenían una visión muy a corto plazo.

Años más tarde, la Business Ethics llega a Europa, donde se denominó “Ética de la empresa”, porque se entiende que la empresa es algo más que un negocio, a saber: un grupo humano que lleva adelante una tarea valiosa para la sociedad.

Es en el siglo XXI cuando la ética empresarial empieza a cobrar gran importancia y pasa a convertirse en un tema que moviliza a la opinión pública, que exige ser informada en los medios de comunicación. Los grandes titulares sobre beneficios indebidos mediante fraudes, sobornos, corrupción, privilegios, competencia desleal, productos en mal estado, etc. han dado lugar en muchos países a demandar que se ponga freno a este tipo de conductas.

Existen diversos autores que han definido el concepto de ética empresarial. Nos quedaremos con dos:

- La ética empresarial es «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»¹⁷.

La ética de la empresa trata de aplicar principios éticos en la toma de decisiones y acciones concretas, y aporta herramientas que eleven el nivel ético de las empresas.

- European Business Ethic NetWork (EBEN): «La ética de los negocios es una reflexión sobre las prácticas de negocios en las que se implican las normas y valores de los individuos, de las empresas y de la sociedad»¹⁸.

¹⁷ CORTINA ORTS, A., Ética de la empresa: no sólo responsabilidad social [En línea], En: XIV Seminario Permanente de Ética Económica y Empresarial. *Ética de la empresa: hacia un nuevo orden global*, Fundación ÉTNOR, 2005 [Consulta: 29/02/2016] Disponible en web: <http://docplayer.es/1594679-Xiv-etica-de-orden-global-hacia-un-nuevo-la-empresa.html>

¹⁸ Definición “Ética de los negocios”, EBEN (European Business Ethics Network) [Consulta: 29/02/2016] Disponible en web: www.eben-net.org

Antonio Argandoña explica el concepto desde el punto de vista de la teoría de la acción, donde «ser ético en una empresa significa que el directivo o empleado es capaz de identificar las situaciones en las cuales aparece un problema ético (que serán casi todas), llevar a cabo un juicio de moral sobre esas situaciones, buscar alternativas, identificar la mejor (no la más rentable, si no la que obtenga los mejores resultados: psicológicos, económicos etc., incluidos los aprendizajes morales), estar capacitado para tomar esa decisión, de acuerdo con las normas y prácticas de la empresa, y tener la fuerza de voluntad necesaria para ponerla en práctica, superando las tentaciones (comodidad, interés personal, etc.). Y esto afecta, obviamente tanto a la calidad moral del empleado como a la de la organización».¹⁹

En el mismo sentido se pronuncia Adela Cortina, para la que «la reflexión ética se entiende como un análisis de la argumentación que permite tomar decisiones mejores y justificadas y llegar a acuerdos»²⁰. Para ello es necesario atender a elementos como la toma de decisiones o la cultura de la organización, aspectos que trataremos a lo largo de este trabajo.

4. Responsabilidad Social Corporativa y Ética empresarial

Por último no quisiera cerrar este bloque sin hacer una mención a la denominada Responsabilidad Social Corporativa.

Según el Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa la RSC «es la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general. Implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos Humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la

¹⁹ ARGANDOÑA, A., “La ética de la empresa y la ética del directivo” [En línea], Universidad de Navarra. Cátedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, Documento de investigación WP-1089 Mayo, 2014 [Consulta:25/02/2016] Disponible en web: http://www.ieseinsight.com/fichaMaterial.aspx?pk=112351&idi=1&origen=3&idioma=1&_ga=1.111858372.1737943882.1459941860

²⁰ CORTINA A., *Ética aplicada y democracia radical...cit.*, p.278

calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto»²¹.

A iniciativa del Ministerio de Trabajo y de Asuntos Exteriores, se constituyó en el año 2005 un Foro de Expertos compuesto por representantes de varios Ministerios, de expertos provenientes de grupos empresariales, de organizaciones de la sociedad civil y de la Universidad cuyo objetivo era profundizar sobre este concepto emergente. Según las conclusiones del mismo, «una empresa es socialmente responsable cuando responde satisfactoriamente a las expectativas, que sobre su funcionamiento, tienen los distintos grupos de interés. La RSE se refiere a como las empresas son gobernadas respecto a los intereses de sus trabajadores, sus clientes, proveedores, sus accionistas y su impacto ecológico y social en la sociedad en general, es decir, a una gestión de la empresa que respeta a todos sus grupos de interés y supone un planteamiento de tipo estratégico que debe formar parte de la gestión cotidiana de la toma de decisiones y de las operaciones de toda la organización, creando valor en el largo plazo y contribuyendo significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas²²».

Como podemos observar, las definiciones antes expuestas presentan el concepto de RSE de forma diversa. Como explica Marín «no existe una definición unitaria de la Responsabilidad Social Corporativa, ni un único listado de asuntos que deben integrarse en ella, ya que es un concepto dinámico que progresa con los tiempos y se acuña según las expectativas sociales de cada momento. Ha sido la propia evolución de la sociedad la que ha ido marcando sus contenidos y haciendo que el concepto englobe mayor número de acciones para apreciar que una empresa se comporta socialmente responsable. De ahí que deba concebirse como un concepto relativo, que evoluciona según progresan las expectativas de la sociedad²³».

²¹ OBSERVATORIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, “Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa” [En línea], Guía 2014, [Consulta: 29/02/2016] Disponible en web: http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf

²² MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES, “Informe del Foro de expertos sobre RSC” [En línea], 2007, [Consulta: 4/04/2016] Disponible en web: http://www.fundaciones.org/EPORTAL_DOCS/GENERAL/AEF/DOC-cw4c6e3991c23c1/Grupos-Sectoriales-RSE-informe_definitivo_foro_expertos.pdf

²³ MARIN CALAHORRO, F., *Responsabilidad Social Corporativa y Comunicación*, Fragua, Madrid, 2008, p. 13

No obstante, podemos observar que las definiciones de RSE tienen elementos en común, como obligación más allá de la de generar ganancias, responder a las expectativas de los grupos de interés y atención a los asuntos sociales. O sea, las actividades de la empresa deben dirigirse más allá del logro de objetivos económicos y de buscar valor para los diferentes grupos interesados o afectados por sus actividades, participando en la solución de los problemas sociales y actuando de una manera ética. En resumen, podemos decir que la ética de la empresa y la RSC son conceptos distintos pero relacionados:

- La ética de la empresa son las normas y principios éticos que se utilizan para resolver los diversos problemas morales o éticos dentro del contexto empresarial
- En cambio la Responsabilidad Social Corporativa son las actuaciones voluntarias emprendidas por una empresa para abordar la responsabilidad de los impactos económicos, sociales y ambientales de sus operaciones comerciales y las preocupaciones de sus agentes principales. La RSC se refiere específicamente a las relaciones con grupos de interés que interactúan con la empresa: accionistas, clientes, proveedores y sociedad.

En palabras de Adela Cortina «la responsabilidad social para serlo ha de enraizar en una ética de la empresa²⁴». Según esta autora, 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. En esencia «la responsabilidad social debe asumirse como una herramienta de gestión, como una medida de prudencia y como una exigencia de justicia».

²⁴ CORTINA ORTS, A., Ética de la empresa: no sólo responsabilidad social [En línea], *EL PAÍS*, Edición impresa del 20 de Agosto de 2005 [Consulta: 29/02/2016] Disponible en web: http://elpais.com/diario/2005/08/20/opinion/1124488806_850215.html

III. Factores que influyen en el comportamiento moral de una organización y en el clima ético de la empresa.

Para promover con éxito una conducta moral y un clima ético dentro de la empresa, es necesario conocer y entender los factores que influyen en el comportamiento moral de sus miembros, cuando éstos se enfrentan a dilemas éticos. Fuerzas internas y externas a la corporación afectan la visión moral y ética de empleados y gerentes en la misma, asunto que pasaremos a tratar de lleno a continuación.

1. Fuerzas externas

1.1 Influencia de las características individuales y valores personales

Como individuo, todo ser humano experimenta desafíos éticos tanto a nivel personal como en el contexto de trabajo, al ejercer su rol como gerentes y empleados. Muchos de estos asuntos son similares en ambos planos. Sin embargo, aquellos que surgen en el plano laboral pueden acarrear consecuencias, tanto para la reputación de la empresa, como para el ambiente organizacional y la cultura ética que imperaría en la compañía. En este punto es importante tener en cuenta que en el clima organizacional, influyen las características individuales de cada una de las personas que componen la organización. En concreto, aquí estudiaremos como su «moral personal», su religión, las experiencias, valores y vivencias en su vida privada afectan su conducta en el trabajo.

A) La moral personal

Hemos definido la moral personal como aquella que proviene de la conciencia de cada individuo.

Es evidente que los miembros de la empresa están influenciados por los valores de la familia, los amigos, los compañeros de trabajo y por la sociedad. Es decir, las personas llegan a su puesto de trabajo con una moral personal compuesta por un sin número de valores interconectados que han formado sus puntos de vista sobre el mundo, la vida y la empresa. Así las experiencias, valores y vivencias en su vida privada afectan su conducta en el trabajo pero de igual forma, sus experiencias, valores y vivencias en el trabajo afectan su vida privada.

Al tratarse de una organización compuesta por individuos, la moral de cada uno de sus componentes va a afectar al funcionamiento de la misma. Sin embargo, como explicaré en el punto siguiente, aquí cobra especial importancia la llamada «moral mínima».

Veremos como a pesar de que los miembros de una misma empresa o sociedad pueden tener distintas obligaciones morales, existen formas y consensos para poder convivir en espacios pluralistas.

B) La moral religiosa

Como expone Rosa Nilda Pérez Riestra «las religiones han sido base de valores en todo el mundo. Estas son fundamento de muchas de las creencias sobre lo que la sociedad piensa al presente sobre aspectos como los conceptos de justicia, de la dignidad del individuo y de lo que se considera correcto y moral, lo que en gran medida ha servido de guía de conducta al ser humano²⁵».

La sociedad española, ha pasado en pocos años de una cultura con perfiles poco diversos a ser una sociedad multicultural y este hecho ha afectado también al plano empresarial. Surge así una necesidad de aceptación religiosa que hasta hace poco no había sido necesaria en nuestro país, donde se imponía una concepción tradicional de algunos aspectos relacionados con las condiciones de trabajo como son las vacaciones, los ritmos de trabajo, la vestimenta de los empleados etc.

Tanto nuestra Constitución (Art.14) como el Estatuto de los trabajadores [Arts.4.2c) y e), 17.1, 54.2.g)] contemplan la prohibición de discriminación por razón de religión. Tal como indica M^a Lourdes Arastey « Es cierto que la prohibición de discriminación por motivos religiosos no lleva al punto de exigir que el empresario adapte las condiciones de trabajo para que pueda practicarse la creencia que el trabajador profesa, pero también lo es que la protección a la libertad religiosa del trabajador exige una especial sensibilidad que lleve a la mejor adecuación posible²⁶».

C) Los valores profesionales

La profesión es una actividad del hombre que desempeña una función social. Esto significa que la profesión no consiste solamente en prestar un servicio, sino que es, además, una labor de carácter social.

Así, para Adela Cortina²⁷, la profesión va más allá de una ocupación que permite obtener ingresos y estatus social, puesto que en realidad es una práctica social que

²⁵ PÉREZ RIESTRA, R.N., *El comportamiento moral...cit.*, p.172 y 173

²⁶ ARASTEY SAHUN, M.L., Diversidad religiosa y trabajo [En línea], *Expansión.com*, Publicado el 14 de Agosto de 2009 [Consulta: 2/04/2016] Disponible en web:

<http://www.expansion.com/2009/08/14/juridico/opinion/1250263294.html>

²⁷ CORTINA ORTOS, A., Ética de las profesiones [En línea], *EL PAÍS*, Edición impresa del 20 de febrero de 1998 [Consulta 4/04/2016] Disponible en web:

http://elpais.com/diario/1998/02/20/opinion/887929205_850215.html

adquiere su verdadero sentido y significado en el bien o servicio que proporciona a la sociedad. Esta autora destaca tres características de la profesión:

1. Se trata de una actividad que presta un servicio específico a la sociedad de una forma institucionalizada. El servicio ha de ser indispensable para la producción y reproducción de la vida humana digna, como se echa de ver en el hecho de que personal sanitario y docentes, juristas, ingenieros, arquitectos, empresarios o economistas y un largo etcétera sean imprescindibles, no sólo para mantener la vida humana, sino para promover una vida de calidad.
2. La profesión se considera como una suerte de vocación, lo cual no significa que alguien se sienta llamado a ellas desde la infancia, sino que cada profesión exige contar con unas aptitudes determinadas para su ejercicio y con un peculiar interés por la meta que esa actividad concreta persigue. Sin sensibilidad hacia el sufrimiento de la persona enferma, sin preocupación por transmitir el saber y formar en la autonomía, sin afán por la justicia, mal se puede ser un buen médico, enfermera, docente, jurista. Y así podríamos seguir con las restantes profesiones.
3. El profesional, al ingresar en su profesión se compromete a perseguir las metas de esa actividad social, sean cuales fueren sus móviles privados para incorporarse a ella.

Algunos ejemplos de valores profesionales requeridos son (variarán dependiendo de la profesión): Honradez, honestidad, estudio, independencia, carácter, cortesía, investigación, equidad en el cobro de honorarios, prestigio de la profesión, cuidado de la cultura, puntualidad, discreción, etc.

1.2 El ordenamiento jurídico.

Un factor externo fundamental que afecta a las organizaciones es la legislación vigente. Toda sociedad necesita poseer un ordenamiento jurídico que garantice una coexistencia armoniosa entre sus miembros. En todos los países del mundo existe algún tipo de legislación particular (civil, penal, laboral, administrativa, mercantil, etc.) que define las responsabilidades de las personas, de las corporaciones y de los componentes de la sociedad en general. En muchos países también existen sistemas judiciales adecuadamente fiables que intentan imponer las responsabilidades legales cuando es necesario.

Existen además normas internacionales en esta materia, como son las establecidas por la Organización Internacional del Trabajo. Estas normas, convenios y recomendaciones, con independencia de su ratificación, tienen importantes repercusiones, aunque sean con frecuencia discretas e indirectas, en las legislaciones prácticas de los diferentes Estados Miembros de la Organización de las Naciones Unidas

Entre ellas podemos destacar las relativas a los derechos de los trabajadores.

Con el mismo espíritu de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) impulsa el Trabajo Decente. Este es un concepto que resalta la importancia de que los hombres y las mujeres tengan oportunidades de un trabajo que sea productivo y que les genere un ingreso que les permita vivir con dignidad.

Un requisito indispensable para que exista Trabajo Decente es el respeto a lo que se conoce como los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo. Éstos son los siguientes:

- La libertad de asociación, la libertad sindical y el derecho a la negociación colectiva.
- La abolición del trabajo forzoso
- La erradicación del trabajo infantil
- La eliminación de toda forma de discriminación en materia de empleo y ocupación.

Se entiende que los países al incorporarse libremente a la Organización Internacional del Trabajo aceptan los Derechos Fundamentales que están enunciados en la Constitución de la OIT. Sin embargo es fácilmente demostrable que en la práctica se producen muchos incumplimientos.

En la actualidad, el fenómeno de la globalización ha llevado a que las empresas operen en países distintos al de su lugar de origen. Surge entonces la cuestión de qué hacer en países donde las organizaciones desarrollan su actividad empresarial y no hay legislaciones sociales o incluso se vulneran claramente los Derechos Humanos.

Como resume Francisco Joaquín Cortés García²⁸ existen dos posturas contrapuestas y extremas en el ámbito de la concepción de la ética empresarial y de la economía de mercado.

- Una primera postura, la neoliberal y encarnada especialmente por Milton Friedman, considera que la empresa no debe ir más allá de los objetivos de maximización de sus beneficios, siempre que se respeten el ordenamiento jurídico y la ética básica de la economía de mercado (el cumplimiento de los contratos). Mediante este paradigma, la aportación de la empresa a la sociedad se manifiesta a través de la contribución impositiva, más allá no habría ninguna obligación implícita. En este sentido, la eficiencia económica, es decir la optimización de los recursos que utiliza la empresa para la consecución de sus fines, sería la única responsabilidad de la organización mercantil para con la sociedad. Las empresas, en este sentido, no deben torturarse con reflexiones éticas, pues, como ocurría en los inicios de la Economía política, la ética no explicaba de ningún modo el progreso económico, era la mano invisible del mercado la que generaba beneficios para todos.
- La otra postura enfrentada, por el contrario, considera que la empresa es beneficiaria neta del desarrollo social e institucional, y, como consecuencia, debe contribuir a la sostenibilidad del propio marco social e institucional en los ámbitos económico (la eficiencia como un concepto sostenible: asignación óptima de los recursos empleados), social y medioambiental. Esta postura reconoce que el enfoque exclusivamente economicista de la organización es insuficiente y requiere de una implicación ética y social importante. Al objetivo puramente económico de Friedman, habría que añadir una pluralidad de objetivos, esencialmente objetivos morales.

La ética de la globalización demanda a las empresas que aplican criterios de responsabilidad social en sus países de origen que los mantengan en países con regímenes autoritarios y faltos de libertades. A pesar de que las leyes y el sistema de un país puedan ser antidemocráticos o ilegales, las políticas internas de una empresa deberían ser de respeto hacia los trabajadores y grupos de interés, ofreciéndoles un buen

²⁸ CORTÉS GARCÍA, F.J., Ética empresarial y Responsabilidad Social Corporativa [En línea], *Boletín Económico ICE*, Nº2936, 2008, pp.33-48 [Consulta: 7/03/2016] Disponible en web: http://www.revistasice.com/cache/pdf/BICE_2936_33-48_38AC0C2AC73B6BF62C0F217747F9EFD8.pdf

ambiente de trabajo, buenas condiciones laborales, salarios justos, formación, seguridad...

Por último, debemos recordar que los deberes morales y éticos, no siempre coinciden con las obligaciones jurídicas. Porque, la ley no tiene plasmada en ella todos los delitos. Aparte de que, en ocasiones, las leyes resultan ser injustas. Por eso, la reflexión ética debe llevar a un comportamiento que vaya más allá de simple obligación y obediencia a las leyes y normas impuestas por el gobierno y la sociedad.

1.3 Moral mínima (Contexto Social)

Vivimos en una sociedad pluralista, donde conviven valores heterogéneos y cambiantes. Esto ha dado lugar a una mayor diversidad ética y moral, tanto en la comunidad, como en las distintas organizaciones que la conforman.

La internacionalización de las empresas ha puesto sobre la mesa un nuevo reto para las mismas, el conciliar la convivencia de una gran variedad de valores, creencias, opiniones e ideas diferentes en el seno de la organización.

Para Manuel Calvo, la clave está en el reconocimiento de esa pluralidad, «el discurso moral, si se quiere vivir en paz dentro de una sociedad pluralista, debe ser un discurso abierto al reconocimiento del pluralismo cultural y axiológico. Un discurso en el que hay que asumir la justificación permanente de nuestros principios morales y estar abiertos a su ponderación con los de los demás».²⁹

Un aspecto clave en este sentido es la tolerancia, es decir, la aceptación o permisión de ideas y conductas diferentes «lo que no significa indiferencia, neutralidad o aprobación de todo» sino «la discusión de diferentes ideas, planteamientos, actitudes y puntos de vista»³⁰.

Sin embargo, a pesar de admitir la existencia de este pluralismo, existe una dimensión universal en la ética que define lo exigido a todos y que evita caer en el «relativismo moral», es lo que se ha denominado como «moral mínima» o «moral cívica».

En palabras de Adela Cortina, la «moral mínima» sería aquel sistema normativo que únicamente propone los mínimos axiológicos y normativos compartidos por la conciencia de una sociedad pluralista.³¹

²⁹ CALVO GARCÍA, M., *Teoría del derecho...cit.*, p.218

³⁰ PÉREZ RIESTRA, R.N., *El comportamiento moral...cit.*, p.172

³¹ CORTINA ORTS, A., *Ética aplicada y democracia radical...cit.*, p.204

Aplicado a la esfera de la empresa su finalidad sería establecer cuáles son los mínimos necesarios en las acciones y prácticas desarrolladas en el seno de la organización. La promulgación de los códigos de conducta de los que hablaremos en el siguiente bloque, son el resultado de intentar llevar esta teoría a la práctica.

1.4 Contexto temporal y ciclo económico.

El parámetro ‘tiempo’ en la empresa y el entorno social afecta a las organizaciones en términos de lo que puede considerarse conductas y prácticas de ética empresarial aceptables e inaceptables en el mercado y la sociedad que lo rodea.

Los contextos evolucionan y como consecuencia cambian las conductas y prácticas de ética empresarial de las organizaciones.³²

Como reflexiona Antonio Argandoña en su investigación «En las fases de auge del ciclo económico se suele observar una reducción del interés por la ética en la empresa, quizá por las elevadas oportunidades de beneficio y porque la sociedad baja la guardia ante las conductas inmorales; reaparece después en períodos de crisis, como una defensa de la sociedad ante los daños causados por falta de ética»³³.

Un buen ejemplo de ello, es el estallido en el año 2007 de la peor crisis económica vivida hasta ahora. En la primera década del siglo XXI, muchas empresas sufrieron en carne propia las consecuencias de haberse centrado exclusivamente en las ganancias a corto plazo. Una pésima gestión y la completa despreocupación por los riesgos morales condujeron a la peor recesión mundial en décadas.

Muchos han sido los autores que señalan que el origen de la crisis económica de 2007 está en una crisis de valores. Ben Schneider³⁴ señala que ha sido la manera de hacer negocios (sin preocupación por el semejante, sin límites éticos, y con el ejercicio de una gran poder) lo que ha llevado a la economía mundial a su última crisis.

El haber vivido este periodo de recesión ha suscitado nuevas teorías e hipótesis en las que destaca la primacía de los valores éticos sobre los beneficios económicos.

Así, algunos autores proponen como solución un cambio en la forma de gestionar las empresas, que pasa por una genuina valoración del trabajador y una apelación al

³² SVENSSON, G.; WOOD, G.; Ética empresarial teleológica: formativa, racionalista y transformativa – ilustraciones y analogías [En línea], *Revista científica EsicMarket*, Vol. 138, 2011, p. 63-90 [Consulta: 7/03/2016] Disponible en web: http://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/110105_122431_E.pdf

³³ ARGANDOÑA, A., *La ética de la empresa y la ética del directivo...cit.*

³⁴ GOYA, D., Schneider: La crisis económica tiene su origen en una crisis de valores de los empresarios [En línea], *GESTIÓN. El diario de economía y negocios de Perú*. Publicado el 16 de Julio de 2013 [Consulta: 4/04/2016] Disponible en web: <http://gestion.pe/economia/ben-schneider-tesis-economica-tiene-su-origen-tesis-valores-empresarios-2071307>

“humanismo empresarial”. Este término sobrepasaría incluso los conceptos de ética empresarial y responsabilidad corporativa, planteando un nuevo modelo de gestión que recayese, sobre todo, en la preocupación y respeto por la dignidad humana.

2. Fuerzas internas: El Contexto organizacional

En relación con el contexto, voy a distinguir de las características externas ajenas tanto al individuo como a la empresa, las cuales he tratado en el punto anterior, de aquellas que por el contrario emergen de la propia empresa. A estas últimas las englobamos en lo que denominamos «Contexto organizacional».

Dado que la organización, juega un papel crucial en la vida de los individuos -pues es donde transcurre gran parte del tiempo de éstos y donde se gestan grandes amistades y fuertes relaciones-, es muy probable que dichas organizaciones influyeran a los individuos a la hora de actuar o tomar decisiones desde el punto de vista ético.

Podemos distinguir dentro del contexto organizacional dos elementos que son fuente de influencia. Por una parte la misma empresa que como ente, tiene una serie de valores (misión, visión) que el trabajador puede tomar como referente, es a lo que hemos llamado “Clima moral” (Punto 2.2). Por otra parte, estudiaremos la influencia que ejercen sobre los trabajadores el conjunto de individuos con los que interactúa en la organización, analizando el caso concreto de los directivos.

2.1 La influencia de los miembros de la empresa

A) El liderazgo ético

¿El comportamiento ético de los directivos afecta a la del resto de empleados de la empresa? Sí, si nos guiamos por la teoría del aprendizaje social, según la cual los subordinados aprenden cómo deben comportarse observando sus modelos de referencia. Al consultar las definiciones del concepto de liderazgo que hacen diferentes autores, encontramos en todas, un punto en común: La influencia. El liderazgo es un proceso de influencia. Podríamos definir la misma como la capacidad de producir en los otros ciertos efectos y de conseguir que se muevan en la dirección deseada.³⁵

Podemos, por tanto, inferir que la Alta Dirección tiene un poderoso poder de afectación sobre el grado de moralidad conductual que se sucede en la empresa. Y esta circunstancia tiene consecuencias.

³⁵ ECHANIZ BARRONDO, A., ¿Debe ser ético el líder? [En línea], *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, nº 6, Novena Conferencia de Ética, Economía y Dirección, Bilbao, 2001 [Consulta: 13/05/2016] Disponible en web: <http://www.eticaed.org/4.Echaniz01.pdf>

El profesor del IESE Miguel Ángel Ariño y David Pastoriza, de HEC Montreal, realizaron un estudio³⁶ para conocer si la existencia de un liderazgo ético contribuía a la generación de capital social empresarial.

La respuesta fue afirmativa, dividiendo los resultados en tres áreas:

- **Confianza.** Un liderazgo ético aumenta la confianza de los empleados en sus supervisores. Pero sus efectos van más allá, ya que la organización gana en autoridad moral al percibir los trabajadores que sus derechos son respetados.
- **Colaboración.** Los empleados se muestran más proclives a compartir información y recursos cuando sus superiores se comportan de forma ética, en parte porque pierden el miedo a que sus supervisores se apropien indebidamente de ellos o los usen de manera oportunista. Esto no solo afecta a la relación personal con sus superiores, sino que también afecta al trato con el resto de la organización.
- **Implicación.** La integridad y preocupación de los directivos por el bienestar de los empleados hace que estos acepten y se identifiquen más con la empresa, ya que perciben que se les valora y respeta. Además, sitúa a los directivos en una mejor posición para dar sentido a los objetivos de la empresa.

Por esta razón, toda estrategia adoptada con el fin de promover un clima ético en la compañía debe surgir de la gerencia. La alta gerencia, debido a su posición privilegiada, puede proveer a través de su buen ejemplo y de las políticas adecuadas, un modelo altamente visible que lleve a los miembros de la organización a comportarse moralmente y a desarrollar sensibilidad ética en su trabajo. De modo similar, puede causar el efecto contrario si el modelo es equivocado. Por eso, se requiere de una conducta a través de la cual se esté dando ejemplo, pues no se puede exigir a otros lo que no se está dispuesto a hacer.

B) Otros miembros de la empresa

El comportamiento del trabajador no se ve únicamente influenciado por sus superiores jerárquicos. Los compañeros de trabajo suelen conformar una parte importante de la vida de los individuos, ya que pasan gran parte del tiempo interactuando con ellos. Esa

³⁶ ARIÑO, M.A.; PASTORIZA, D.; Los beneficios del liderazgo ético sobre el capital social [En línea], IESE Insight, 2013 [Consulta: 26/05/2016] Disponible en web: <http://www.ieseinsight.com/doc.aspx?id=1584&idioma=1>

convivencia es la que produce que este grupo sea una fuente de influencia a tener en cuenta en cuanto al comportamiento ético se refiere.

Podemos pensar, que cuanta mayor es la interacción entre los trabajadores de la empresa mayor será la influencia ejercida entre ellos.

Creencias tan extendidas como el “todo el mundo lo hace” se constituyen como una importante fuerza influyente sobre la ética del individuo, ya no sólo porque puede servir como justificación de la conducta éticamente incorrecta, sino por la propia presión que éstos suponen para el individuo.

Como vemos, el actuar ético/ no ético de un individuo puede depender de lo que se perciba en el seno organizativo, por ello se ha imprescindible la existencia de un adecuado clima moral en la empresa.

2.2 Clima moral

Cada empresa es única, con objetivos, realidades y problemas propios de su área de acción. Ese perfil distintivo de toda institución, da lugar a culturas organizacionales específicas, que deben tenerse en cuenta al intentar promover un clima ético en la misma. Cuando hablamos de cultura organizacional nos referimos a un sistema de creencias y valores compartidos en la empresa que definen cómo sus miembros deben comportarse en el entorno de trabajo. Esta representa la personalidad de la organización y da significado a la forma en que se hacen las cosas en la misma.

Podemos decir pues, que la cultura organizacional establece patrones de conducta e influencia las actividades, opiniones y acciones que se dan en la compañía.

Chiavenato define el clima organizacional como «el conjunto de hábitos, creencias, valores, tradiciones, interacciones y relaciones sociales típicos de cada empresa. La misma muestra la forma tradicional en que piensan y hacen las cosas todos los miembros de la empresa. Asimismo, manifiesta las normas informales y no escritas que orientan la conducta diaria de sus integrantes, que dan sentido a las acciones seguidas para lograr los objetivos organizacionales. Cada organización tiene una cultura corporativa particular y específica»³⁷.

El clima organizacional también define la manera en que los miembros de la organización ven a la empresa, en términos de confianza, integridad, justicia, libertad permitida, etc.

³⁷ CHIAVENATO I., *Introducción a la Teoría General de la Administración (5ªED)*, McGraw Hill, cop. Bogotá, 1999 p. 319

Conocerlo es fundamental para entender cualquier situación en la organización. La percepción de los empleados, o sea, la manera en que ellos ven las cosas como individuos, sus interacciones y la forma en que visualizan el entorno laboral es pieza central del clima organizacional.

En relación con esto, en su libro *Ética y valores en la empresa*, María Victoria Sanagustín Fons trata lo que ella denomina «Compromiso psicológico y moral de los individuos en la empresa». La autora se refiere a las expectativas que tienen los trabajadores «referidas al intercambio entre su trabajo y lo que la empresa les va a otorgar a cambio: salario, seguridad, condiciones dignas de trabajo, posibilidades de formación, promoción, reciclaje...»³⁸

Ésta autora pone de manifiesto la relación directa entre el grado de compromiso psicológico de las personas empleadas en la empresa con el grado de compromiso de la empresa para con ellas, «De tal forma que el compromiso psicológico de los individuos se convierte con el tiempo en compromiso moral. Es ahí donde se pone en juego la toma de decisiones ética en la empresa a nivel individual. En tanto en cuanto la empresa responde satisfactoriamente a las necesidades de sus empleados, estos aumentarán su compromiso moral respecto a: la calidad del trabajo y tareas, el buen trato a los clientes, el trabajo bien hecho, el compañerismo... Es una forma de institucionalizar, en cierta medida, el comportamiento ético de los individuos en el seno de la empresa u organización»³⁹.

Este aspecto está directamente relacionado con la institucionalización de la ética en la organización, tema que pasamos a abordar a continuación.

³⁸ SANAGUSTÍN PONS, M.V., *Valores y ética empresarial. Un enfoque sociológico*. Trotta, Madrid, 2011, p.108

³⁹ SANAGUSTÍN PONS, María Victoria. *Valores...cit.*, p.109

IV. La institucionalización de la ética en la empresa

Establecer un clima moral en una organización de forma eficiente implica institucionalizar el mismo. Esto significa que se debe seguir un proceso a través del cual se tomen diferentes iniciativas que ayuden a lograr que la ética forme parte del quehacer diario en la empresa.

Las prácticas éticas se presentan como una herramienta eficiente de concienciar a la organización sobre la relevancia de la ética. Se trata de «medidas que se establecen en las empresas para definir, transmitir y potenciar los valores y criterios éticos que se espera que sigan quienes trabajan en la empresa»⁴⁰.

Estas prácticas son diversas y variarán dependiendo de las características propias de cada empresa.

1. Documentos formales

1.1 Códigos éticos o de buena conducta

Las declaraciones, o los códigos éticos de conducta o de valores, son documentos formales cuya función principal es explicar el proyecto, los principios, los valores, y las reglas de actuación de la empresa.

No se trata solo de conseguir dar una buena imagen de la empresa, sino de lograr un compromiso sincero con la responsabilidad organizativa.

Un código ético, según ETNOR⁴¹, es un documento formal donde se expresan los valores de la empresa y los compromisos adquiridos que deben guiar la actividad de las personas de la organización. Es un documento que manifiesta el conjunto de valores que guía la conducta de la organización y orienta a sus miembros en la toma de decisiones.

Para Lozano Aguilar⁴² los rasgos que debe contener todo Código ético son:

- **Debe formular responsabilidades compartidas.** No consiste en imponer normas concretas a sus destinatarios, sino de hacer una reflexión sobre cuáles son las responsabilidades compartidas y por qué. Esto requiere un proceso participativo que tendrá como consecuencia la toma de conciencia de las

⁴⁰ GARCÍA, C.; LÓPEZ, S.; RUIZ, E.; GAGO, M.L.; *Recursos humanos y Responsabilidad Social Corporativa* [En línea], McGraw Hill, 2012, p.241 [Consulta: 14/03/2016] Disponible en web: <http://aechile.cl/wp-content/uploads/2013/02/Etica-MH.pdf>

⁴¹ Definición de “Código Ético”, FUNDACIÓN ETNOR [Consulta: 7/05/2016] Disponible en web: http://www.etnor.org/mediawiki/index.php?title=Código_ético

⁴² LOZANO AGUILAR, J.F., Códigos éticos y auditorías éticas [En línea], *Veritas: Revista de filosofía y teología*, N.º. 17, 2007, pp. 225-251 [Consulta: 16/05/2016] Disponible en web: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2471548>

responsabilidades, no sólo como persona autónoma, sino también como organización.

- **Tiene que contener responsabilidades compartidas.** Relacionado con el punto anterior, debe ser realista y coherente y no cargar todo el peso en determinados miembros de la organización. Así en el mismo deben estar definidas las diferentes responsabilidades, derechos y obligaciones de todos los stakeholders
- **Debe ser público.** Los Códigos éticos tienen que manifestar el compromiso de la Dirección de adoptar un enfoque ético en la gestión empresarial, explicando los valores con los que la empresa quiere ser identificada. Por ello no debe ser un documento interno, hay que tener en cuenta que una de sus principales funciones es generar confianza entre los *Stakeholders* externos de la organización.
- Por último, un código ético no debe ser un mero enunciado de los fines de la organización o sus valores, sino que debe reunir un conjunto de finalidades, valores y criterios bien organizados y armónicamente estructurados, que sirvan de criterio para la toma de decisiones.

En cuanto a su contenido, el mismo resulta ser un reflejo del proceso de evolución que han experimentado desde que apareciera por primera vez el concepto. Así la mayoría de ellos contienen cuestiones relativas a conflictos de intereses, conducta comercial (competencia etc.), respeto a los derechos de los trabajadores (seguridad y salud laboral, igualdad etc.), responsabilidades hacia el medio ambiente y hacia la comunidad en la que trabaja, y finalmente el absoluto respeto por los derechos humanos.

1.2 Códigos del buen gobierno corporativo

Como he resaltado a lo largo de todo el trabajo, los accionistas e inversores demandan cada vez más una mayor información sobre sus inversiones a las empresas, a la vez que requieren su participación en las decisiones estratégicas de la compañía. Existe una creciente preocupación por el desarrollo de códigos de buen gobierno, tanto a nivel internacional como nacional. Estos códigos tienen una función de complemento a las leyes y reglamentos de obligado cumplimiento que regulan la vida de las empresas, por

lo que hay que señalar que nunca deben entenderse como una sustitución de los mismos, sino una adicción.⁴³

Según AECA⁴⁴, se trata de códigos referidos al gobierno corporativo, compuestos por una serie de recomendaciones precisas, emitidas por comisiones de expertos con el objetivo de analizar los criterios y pautas a los que deben someterse las sociedades, pronunciando una serie de recomendaciones que mejoren el comportamiento de las organizaciones sobre la transparencia informativa, composición y funcionamiento de los órganos de gobierno y su relación con los grupos de interés.

El buen gobierno corporativo está adquiriendo cada vez más importancia entre las empresas, ya que genera confianza y establece unas reglas de actuación que garantizan las transacciones económicas.

En España se han ido realizando distintas recomendaciones para fomentar el buen gobierno y lograr la máxima transparencia en la gestión de la cúpula directiva:

- Informe de la Comisión Especial para el estudio de un código ético de los Consejos de Administración de las Sociedades. 1998, Comisión Olivencia.
- Informe de la Comisión Especial para el fomento de la transparencia y seguridad en los mercados y las sociedades cotizadas. 2003, Comisión Aldama.
- Código unificado de buen gobierno de las sociedades cotizadas. 2006
- Código unificado de buen gobierno de las sociedades cotizadas (Actualizado). 2013
- Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas. 2015

La aplicación de estos códigos es voluntaria. Se aplica el principio «cumplir o explicar» sin embargo, con la aprobación del último código ha habido cambios en este aspecto.

Para el buen funcionamiento del sistema se exige que las justificaciones facilitadas por las sociedades en relación con las recomendaciones que no cumplan «sean adecuadas».

En este sentido la CNMV elaborará una «guía de buenas explicaciones».

La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) debe supervisar el cumplimiento de las exigencias sobre gobierno corporativo en las sociedades cotizadas, las cuales deben publicar anualmente un informe del grado de cumplimiento de las recomendaciones del buen gobierno.

⁴³ GARCÍA, Carmen; LÓPEZ, Soledad; RUIZ, Eugenio; GAGO, M^a Lourdes; *Recursos humanos...cit.* p.242

⁴⁴ Definición de “Código de Buen Gobierno”, AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas) [Consulta:29/02/2016] Disponible en web: www.aeca.es

2. Responsables de prácticas éticas

En nuestro país no es tan frecuente la figura de departamentos o cargos directamente relacionados con la ética como en el mundo anglosajón. Sin embargo, en la medida en que las prácticas éticas se están generalizando puede popularizarse la creación de estas figuras encargadas de supervisar su cumplimiento y de incentivar su uso. Se trata de una medida para reforzar una implementación eficiente de la ética en la empresa.

Existen empresas que crean comités de ética; otras departamentos específicos; pero la mayoría asignan esta labor a algún otro departamento como el jurídico, el de responsabilidad social o el de recursos humanos, ya que muchos de los aspectos que se relacionan con la ética de la empresa tienen que ver con los recursos humanos, como el respeto de los derechos humanos, la intimidad de sus trabajadores, la no discriminación y promoción de la igualdad (en especial de trabajadoras), la creación de empleo, la mejora de las condiciones de los empleados y el apoyo a la conciliación de la vida laboral y familiar.

El Comité de ética está vinculado al desarrollo de Códigos Éticos, además entre sus funciones podemos encontrar la resolución de conflictos y dilemas, vigilar el cumplimiento del código ético, valorar los intereses de todos los stakeholders de la empresa y velar por la correcta implantación y desarrollo de las políticas formales.

Para funcionar correctamente, los comités de ética deben estar compuestos por personas que representen a todos los estamentos de la empresa y a todos los grupos de interés.

3. Políticas formales

Como señala Ruiz Palomino⁴⁵, para transmitir y fomentar la ética, la Alta Dirección puede servirse de un gran número de herramientas, cuyo uso ha ido en aumento en los últimos años. Vamos a explicar algunos de estos instrumentos.

3.1 Comunicación efectiva

La comunicación efectiva (oral, escrita y no-verbal) resulta un elemento indispensable a la hora de establecer un clima ético en la organización así como un elemento fundamental para que la organización funcione eficientemente. Sin embargo, no resulta

⁴⁵ RUIZ PALOMINO, P.; RUIZ AMAYA, C.; Factores determinantes del comportamiento ético/no ético del empleado: una revisión de la literatura [En línea], *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* Vol.17, Nº 3, Septiembre-Diciembre 2011, pp. 29-45 [Consulta: 29/02/2016] Disponible en web: <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v17/173029.pdf>

un instrumento sencillo. Siguiendo a Adela Cortina ⁴⁶ la comunicación interna es un instrumento clave en la empresa ya que:

- Establece canales de información que, además de facilitar la transmisión de instrucciones, facilitan la comunicación horizontal y transmisión ascendente de las inquietudes de los colaboradores.
- Estructura de los procesos e instrumentos de aprendizaje, haciendo posible un *aprendizaje organizativo*, de las personas en la organización y del grupo de personas en tanto que organización.
- Facilita el diagnóstico de los elementos intangibles que intervienen en la cultura organizativa (motivación, estado de ánimo, entusiasmo, ambiciones, etc.) y, de esta forma atiende a las aptitudes de los colaboradores.
- Es un instrumento de integración. Una buena comunicación establece la confianza y reciprocidad necesaria entre los colaboradores y la organización en sí. Se trata de que la identidad de la organización y la identidad del colaborador converjan en valores comunes y de esta forma el sujeto no sólo se integra en un puesto de trabajo sino que se identifica con un proyecto empresarial.
- Es una herramienta de gestión. «Los directivos de las empresas, así como todos sus empleados deben comunicarse de forma clara, honesta, transparente y libre de prejuicios. Asimismo, deben ser certeros y evitar el cinismo, el engaño y la exageración»⁴⁷. Se trata de incentivar el mantenimiento de los compromisos mutuos, la confianza y la lealtad recíproca propios de la cultura organizativa.
- Otro elemento clave relacionado con la comunicación es la confidencialidad.

Hay que tener en cuenta:

- El respeto a la intimidad en la información que se obtiene de los colaboradores, evitando la difusión de datos confidenciales o reservados que no sean útiles para la consecución de metas organizativas relevantes.
- La transparencia en el proceso de recogida de la información personal, de modo que el colaborador sepa en todo momento la finalidad de la información que se le solicita. La transparencia exige que la organización elimine fuentes de información complementarias que no hayan sido conocidas y autorizadas por el propio colaborador. Informar

⁴⁶ CORTINA ORTS, A. (directora), *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentaria, Madrid, 1997, pág.159

⁴⁷ PÉREZ RIESTRA, R.N., *El comportamiento moral...cit.*, p.201

al colaborador de manera completa y clara sobre la utilización y conservación de los datos personales y profesionales que el sistema informático haya recogido de él.

- La forma en que se comparte la información relevante disponible para facilitar y permitir el desempeño. Así, la comunicación interna tendrá que velar por la manera en que la arquitectura del propio sistema informático permite que todos los que deban conocer los datos los compartan de manera abierta evitando los secretismos o las acaparaciones de información.

Evitar que los empleados se vean obligados a denunciar públicamente conductas indebidas y dañinas de parte de la empresa (en inglés “whistle blowing”), es otro aspecto a tener en cuenta al intentar promover un clima organizacional ético. Para ello algunas empresas promueven políticas de «delatores» que transmiten las actividades poco éticas a la oficina o al comité ético de la empresa, así la gerencia puede investigar y, de ser necesario, tomar acción correctiva al respecto. Pero, estos mecanismos deben contar con medidas para proteger a las personas que hacen la denuncia de forma que no sean blancos de venganza por parte de sus supervisores o de la gerencia misma. También, deben tener el apoyo de la alta gerencia. Además, la empresa debe asegurarse que los mismos no se utilicen para hacer imputaciones falsas de manera que se evite causar daño a personas acusadas injustamente. Por tal razón, antes de dar paso a cualquier acción disciplinaria, como respuesta a alguna imputación de conducta no ética, es fundamental investigar el asunto de forma profunda e imparcial. Asimismo, se pueden disponer de líneas de teléfonos libre de coste para orientar a los empleados sobre las políticas, códigos de conducta de la compañía y demás asuntos relacionados con el comportamiento moral esperado en la empresa (*help-lines*).

3.2 Establecer sanciones a las violaciones de las normas y códigos éticos

Uno de los motivos que llevan a los empleados a cuestionarse el deseo de las empresas a crear un clima moral ha sido su falta de interés en disciplinar a los violadores de sus normas y códigos de ética. Esta inacción puede entenderse como una aceptación implícita de la conducta incorrecta, lo que puede llevar a que se repita en el tiempo e incluso que empiece a realizarse por otros empleados.

Si analizamos los casos de corrupción y de comportamientos incorrectos sucedidos en diversas compañías, posiblemente encontraremos que no se sancionó a las personas que incurrieron en dicha conducta. Un ejemplo claro de esta situación la encontramos en lo sucedido en 2008 donde las personas que hicieron quebrar a sus propias compañías y provocaron el estallido de la crisis, ganaron miles de millones de dólares y cuando las firmas quebraron, no perdieron nada.

Según Gélínier el establecimiento de un clima ético en la empresa pasa por crear un «sistema de organización y sanción capaz de disuadir los comportamiento contrarios a la ética»⁴⁸, así este autor entiende por sanciones «todos los factores que contribuyen, directa o indirectamente, a desanimar las conductas desviadas». Siguiendo su propio esquema, entre las sanciones indirectas encontraríamos la presión del ambiente, la cual vendría determinada por las cuestiones que hemos tratado tales como la ética de los dirigentes, la existencia de documentos formales o la formación y el reclutamiento ético. Además, es necesario un sistema compuesto por sanciones directas en las que se encuadran las directivas (es decir, aquellas que establece la propia jerarquía de la empresa, que pasan desde la advertencia hasta el despido) y las judiciales, promovidas por demandas civiles o penales.

3.3 Adiestramiento o capacitación ética

El trabajo, además de factor económico, es un factor humanizador, debido a sus virtualidades de autoidentificación, de formación y de autoestima. El trabajo tiene así una función educativa, de autoconfiguración personal, en el sentido de la formación, que pone al sujeto en relación consigo mismo y con los demás, ya sea en forma de conflicto, o bien de cooperación y de diálogo.⁴⁹

En la realidad empresarial, la mayoría de las personas ejercen su profesión por cuenta ajena, dentro de una organización. Como ya hemos visto en el desarrollo de este trabajo, es muy probable que los principios y valores propios no coincidan, o al menos no totalmente, con los de la organización para la que se trabaja. Para evitar en la manera de lo posible que se produzcan dichas situaciones, es necesario establecer un clima que promueva la cooperación de las personas. Para Adela Cortina, la clave está en establecer compromisos creíbles y a largo plazo entre la empresa y el personal. Los dos más relevantes serían:

⁴⁸ GÉLINIER, O., *Ética de los negocios: ¿Basta de ir a la deriva?*, Espasa Calpe, D.L., Madrid, 1991

⁴⁹ CORTINA ORTS, A. (directora), *Rentabilidad...cit.*, p.193

- El convencimiento de que la equidad funciona como un principio regulador de las relaciones dentro de la empresa.
- La creación de un clima de trabajo inteligente y eficaz, de cuidado por la calidad del trabajo y su continua mejora. Esto requiere una política de formación profesional cuyo objetivo sea enseñar a los diferentes miembros de la empresa a conciliar los conflictos de interés y hacer así posible la cooperación.

Así, la formación ética proporciona a los directivos y empleados una base para la resolución de dilemas éticos. Esta herramienta es muy valiosa, ya que como demuestran varios estudios la mayoría de los incumplimientos éticos no se deben a una mala voluntad, sino a un desconocimiento de las cuestiones éticas. Esta afirmación es importante ya que estamos admitiendo que las conductas y prácticas poco éticas pueden ser el resultado de acciones no conscientes.

Establecer una política de formación profesional a través de seminarios, videos, análisis de casos, talleres, conferencias y literatura sobre ética empresarial puede estimular la sensibilidad de los miembros de la empresa hacia este asunto. También los ayudará a tomar acciones y decisiones éticamente correctas en su entorno de trabajo.

En cuanto al contenido de los cursos hay que señalar que no se trata de realizar una formación enfocada a la ética en general, sino que los problemas éticos deben venir determinados por la actividad específica de la empresa, su organización, su dinámica y los roles que las personas tienen dentro de la misma. Por ejemplo, el deber de lealtad del empleado para con la empresa, y los límites de esa lealtad, deben analizarse en función del papel de la tarea de ese empleado en la empresa, de sus relaciones con las tareas de los demás y con los fines de la empresa, etc.

En consecuencia la formación ética de la empresa debe ser “unitiva”, que se esfuerce por armonizar los derechos y deberes de la persona con los de la empresa, los intereses personales con los de la institución, el fin individual con el objetivo de la empresa, los beneficios y la eficiencia económica con la buena conducta, el bien de la empresa con el bien común.⁵⁰

Dicho fin puede, de igual modo, alcanzarse a través del intercambio de experiencias con otras organizaciones que hayan implementado con éxito programas de ética.

⁵⁰ARGANDOÑA A., La enseñanza de la ética de la empresa [En línea], *División de investigación IESE*, Documento de Investigación N°262, Febrero 1994, IESE Universidad de Navarra [Consulta: 18/05/2016] Disponible en web: <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0262.pdf>

3.4 Transparencia corporativa

La transparencia corporativa es también un elemento fundamental al intentar generar climas éticos en la organización.

Desde principios de siglo se ha producido un aumento del interés por una mayor transparencia no solo en el ámbito financiero, sino también en el social. Hoy en día, la demanda de diversos sectores de la sociedad, (accionistas, consumidores, comunidades, gobiernos, etc.) por conocer las actividades de las empresas va en aumento, pues de ese modo pueden exigirles que cumplan con sus compromisos. En el otro extremo, las empresas también tienen interés en dar a conocer prácticas éticas ya que, de ese modo, ganan en legitimidad, reputación e incluso en creación de valor. Por lo tanto, podemos decir que la transparencia es siempre favorable, tanto para la empresa como para la sociedad. Las empresas transparentes crean un clima de confianza, de fiabilidad, de veracidad. La sociedad, por su lado, puede acceder a información que afecta a sus intereses para poder, en lo posible, influir en ella y promover en la empresa cambios sostenibles.

Siguiendo a Cabrera⁵¹ podemos definir la transparencia organizativa como “un intento deliberado por parte de la organización de crear un entorno de confianza en el que promocionar el acceso libre a la información, la comunicación abierta, y la participación de todos los profesionales en la toma de decisiones. El objetivo consiste, por tanto, en comunicar la realidad de la organización a todas las partes interesadas dentro de un clima de confianza”.

La transparencia persigue dos objetivos⁵²:

- Es un medio para la rendición de cuentas. Los grupos de interés tienen expectativas que la empresa debe satisfacer, justificando sus acciones ante otros. En caso contrario, puede sufrir consecuencias no favorables.
- La transparencia permite la “experimentación”, es decir, que los actores identifiquen las mejores prácticas de otros y las adapten a su propia organización. Así las empresas y los grupos de interés aprenden unos de los otros.

⁵¹ CABRERA, J. “La transparencia es clave para el futuro de nuestras organizaciones” [En línea] *Innovación, Liderazgo, Organizaciones*, Publicado el 9/08/2008 [Consulta: 3/05/2016] Disponible en web: <https://blog.cabreramc.com>

⁵² ALEJOS, C.L., Transparencia: Fuente de confianza en la empresa [En línea], *Cuadernos de la Cátedra “laCaixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, IESE Universidad de Navarra, Nº 27, Julio, 2015 [Consulta: 3/05/2016] Disponible en web: <http://www.iese.edu/Aplicaciones/upload/catedralacaixavol27.pdf>

4. La auditoría ética

Podemos definir la auditoría ética como una herramienta de diagnóstico de los comportamientos de la empresa, es decir, un instrumento que permite la evaluación de la práctica organizativa de acuerdo a sus objetivos, sus grupos de interés, y en general, su desempeño social.

Una Auditoría ética, como cualquier otro tipo de auditoría, consiste en una evaluación, pero en este caso lo que se evalúa es el comportamiento ético de la organización y de los agentes que la componen.

En la actualidad el concepto de auditoría ética engloba tres instrumentos similares pero con diferencias destacables: Las certificaciones éticas, Los informes de responsabilidad social y las auditorías sociales⁵³

- Las certificaciones éticas tienen como objetivo la verificación de las políticas éticas de la empresa.
- Los informes de responsabilidad social se centran en los aspectos sociales y medioambientales relacionados con la organización.
- Las auditorías sociales por último, tratan por una parte del desarrollo organizativo de la empresa, y por otra de los resultados perceptibles por los agentes externos.

En conjunto se analizan entre otros: las prácticas de producción, la gestión del talento humano, las relaciones con proveedores, el manejo financiero, las ventas (clientes, competencia...), el pago de impuestos, el cumplimiento de las leyes, las interacciones con la comunidad, el trato al medio ambiente... Todo esto, realizado con la intervención y participación en el proceso de los agentes externos, pieza clave de la Auditoría ética.

Las principales certificaciones éticas que en la actualidad acreditan el cumplimiento de unas políticas ética y socialmente responsables son:

- **Normas AA 1000:** Fueron elaboradas por el ISEA (Institute for Social and Ethical Accountability). Son un marco de herramientas para apoyar la calidad en la contabilidad, la auditoría y los informes éticos y sociales. Estas normas están vinculadas con al definición, revisión e institucionalización de los valores organizativos y su vinculación con los objetivos de la organización.

⁵³ LOZANO AGUILAR, J.F., Códigos éticos y auditorías éticas...*cit.*

Las AA 1000 tienen dos objetivos fundamentales: El primero es promover la responsabilidad de las organizaciones y el segundo apoyar el proceso de aprendizaje organizativo en lo que respecta a aspectos ético-sociales, económicos y ecológicos, es decir, el desarrollo sostenible de la organización.

- **Norma SGE 21:** En el año 2000 surge esta norma, desarrollada por Forética, Asociación de Empresas y Profesionales de la Responsabilidad Social Empresarial en España, cuyo fin es fomentar este ámbito de la gestión entre las organizaciones. La norma SGE 21 nace de la demanda por parte de las empresas para contar con herramientas que permitan asegurar un alineamiento entre la gestión y los valores de cada organización.

Su característica principal es que es una norma que permite establecer, implantar y evaluar en las organizaciones un sistema de gestión ética y socialmente responsable. La norma SGE 21 incorpora criterios relativos a las relaciones de la empresa con sus grupos de interés, como clientes y consumidores, proveedores, empleados, entorno ambiental, accionistas, competencia, entorno social y Administración. Además es aplicable a cualquier tipo de organización, independientemente de su tamaño y sector de actividad.

- **Norma SA 8000:** Desarrollada por el *Council on Economics Priorities Accreditation Agency* (CEPAA) se basa a su vez en otras normas de derechos humanos internacionales ya existentes, entre otros, por la Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas y la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño de la ONU y en las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Se trata de una norma internacional que define los requisitos acerca de las prácticas de empleo sociales de fabricantes y proveedores. Entre las áreas que trata están el trabajo infantil, el trabajo forzado, la salud y la seguridad, la libertad de asociación y negociación colectiva, discriminación, prácticas disciplinarias, horas de trabajo, compensaciones y sistemas de gestión.

- **ISO 26000:** Esta norma publicada en el año 2010 y desarrollada por ISO (International Standard Organization) tiene el objetivo de orientar a las organizaciones sobre cómo implementar la Responsabilidad Social Empresarial. ISO 26000 es una guía que indica directrices en materia de Responsabilidad Social. El documento es el resultado del consenso entre expertos internacionales representantes de los principales grupos de interés y está diseñada para animar y

fomentar la implantación de las mejores prácticas de Responsabilidad Social a nivel internacional.

- **Norma UNE 165010 EX:** Esta norma que desarrolla un sistema de gestión de Responsabilidad Social de la Empresa, nace por el interés demostrado por las organizaciones en dar respuesta a la demanda social existente en relación a los impactos generados por sus actividades en la sociedad y en el medio ambiente y los comportamientos éticos, sociales, laborales, ambientales y de respeto de los derechos humanos. Fue desarrollada por AENOR (Asociación Española de Normalización) en 2009. Se trata de una guía que establece los criterios para mejorar la actividad de la organización en relación con la Responsabilidad Social Empresarial. Al igual que los anteriores estándares mencionados es aplicable a cualquier organización independientemente de su tamaño o sector. El contenido de la guía está inspirado y deberá considerarse como adicionales a los convenios internacionales, especialmente la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Convención de los Derechos del Niño de la ONU, los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y tratados internacionales ambientales como los de prevención al cambio climático.

Las auditorías éticas sirven principalmente a dos objetivos. Por una parte ayudan a responder a la mayor exigencia de transparencia antes comentada, y por otra parte son una herramienta de gestión de las organizaciones en un entorno de mayor complejidad económica, social y cultural.

Para tener una auditoría ética efectiva, es necesario que la empresa la implemente como una estrategia de la gerencia que reúna los siguientes criterios:

- Participativa. Los stakeholders se involucran en el desarrollo de la auditoría ética para que la misma incluya el punto de vista de todos aquellos comprometidos con la actividad de la empresa
- Procedimental. La auditoría ética se concibe como un proceso de institucionalización de la responsabilidad social de la organización, y como tal debe considerarse específicamente la dimensión histórica (en el sentido de evolución y mejora), los agentes participantes, la interrelación con otros procesos participativos, etc.

- Adaptada. Debe ser suficientemente flexible como para poder adaptarse a las realidades pero manteniendo una coherencia en la metodología y en las finalidades.
- Regular: Se debe tratar de un proceso de largo alcance y no de una operación puntual.
- Completa: No se debe centrar únicamente en la evaluación de las actividades de la organización sino que también debe incluir los procedimientos y políticas desarrollados por ella.
- Comparable. Se deben realizar comparaciones de desempeño con respecto a periodos anteriores, lo que permitirá establecer un registro de responsabilidad moral a lo largo del tiempo,
- Transparente y Pública: Es necesaria una asesoría y una verificación realizada por controladores externos sin implicaciones en la actividad de la empresa. Así mismo, los informes regulares que se refieren al desenvolvimiento de la auditoría deben ser publicados y comunicados a todas las personas comprometidas (tanto internas como externas).

V. Conclusiones

1. La ética es la disciplina que, dentro de la filosofía, estudia la moral.

Los conceptos de ética y moral tienen significados diferentes aunque relacionados entre sí. Al consultar el trabajo de diversos autores para realizar este proyecto, he podido comprobar como muchos de ellos utilizan los términos de manera indistinta confundiendo ambos conceptos. Uno de los objetivos propuestos en la investigación era establecer las diferencias entre ambos. Para ello, se hacía necesario determinar primero lo que íbamos a entender por «moral» ya que, como hemos visto, existen numerosas acepciones para el mismo término. Una vez realizada esta contextualización, era evidente la distinción entre ambos conceptos: La ética es una disciplina filosófica cuyo objeto de investigación es la moral.

2. En una misma sociedad, pueden coexistir varios sistemas normativos.

Al estudiar las obligaciones jurídicas y las obligaciones morales hemos podido comprobar como no existe un único sistema normativo en las sociedades.

A pesar de que ambos tienen sus características propias y se diferencian nítidamente, tanto el ordenamiento jurídico como la «moral social» son sistemas formados por normas que regulan la conducta de los hombres.

3. La Responsabilidad Social Corporativa constituye una parte de la Ética de la empresa.

Los conceptos de RSC y Ética empresarial no son sinónimos. La Responsabilidad Social Corporativa se centra en los *stakeholders* de la empresa, es decir, los grupos de interés que interactúan con ella (accionistas, clientes, proveedores y sociedad). La Ética empresarial en cambio, es un concepto más amplio en el que se englobarían todos los valores, normas y principios expresados en la cultura de la empresa. Podemos concluir por tanto que la RSC es una parte de la Ética de la empresa, que debe ser utilizada como herramienta de gestión en la organización para diseñar actuaciones de forma que se tengan en cuenta los intereses de todos los afectados por ella.

4. La ética empresarial es un modelo de gestión.

La ética de la empresa trata de la adquisición del carácter y la utilización de las herramientas necesarias para afrontar de manera correcta los problemas de índole ético que surgen en las organizaciones, así como de responder a las expectativas legítimas de los afectados por la organización.

Por lo tanto, las empresas éticas serían aquellas que consiguen implantar las buenas prácticas en todos los niveles de la organización, es decir, aquellas que hagan de la ética, un modelo de gestión organizacional.

5. Existen herramientas que promueven las conductas éticas en las organizaciones.

Como hemos podido comprobar, numerosos factores influyen en el devenir ético de las empresas. Sin embargo, aspectos como una comunicación efectiva, el liderazgo ético de la gerencia, la formación ética a los empleados, o la transparencia corporativa entre otras, promueven conductas éticas.

Por contra, la mala influencia de los superiores jerárquicos o la falta de controles y sanciones que penalicen las malas prácticas consiguen el efecto contrario.

Por ello se concluye que es esencial la utilización de estas herramientas por la organización para promover un clima organizacional ético y una conducta moral por parte de los miembros de la empresa.

6. La ética empresarial es rentable.

El objetivo de toda empresa es obtener beneficios, sin éstos la organización no se sustenta. Partiendo de este punto, a lo largo del trabajo hemos podido comprobar como la ética empresarial va ligada a otro concepto, la eficiencia. Cuanto más extendidas están las buenas prácticas en una organización, más eficiente es la misma. Tras la realización de este estudio podemos concluir que valores como la confianza permiten la alineación de intereses entre la organización y sus empleados, lo que a su vez produce un aumento de la rentabilidad de la empresa.

VI. Bibliografía y referencias documentales

Bibliografía

- CALVO GARCÍA, M., *Teoría del Derecho (2ª ED)*, Tecnos, Madrid, 1992
- CHIAVENATO, I., *Introducción a la Teoría General de la Administración (5ªED)*, McGraw Hill, cop. Bogotá, 1999
- CORTINA ORTS, A., *Ética aplicada y democracia radical*, Tecnos, D.L., Madrid, 1993
- CORTINA ORTS, A. (directora), *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentaria, Madrid, 1997
- GÉLINIER, O., *Ética de los negocios: ¿Basta de ir a la deriva?*, Espasa Calpe, D.L., Madrid, 1991
- LÓPEZ CALERA, N., *Filosofía del derecho I*, Editorial Comares, Granada, 1997
- MARIN CALAHORRO, F., *Responsabilidad Social Corporativa y Comunicación*, Fragua, Madrid, 2008
- MELÉ CARNÉ, D., *Ética en la dirección de empresas*, Folio, Madrid, 1997
- REALE, M., *Introducción al derecho*, Pirámide, D.L, Madrid, 1976
- ROBLES MORCHON, G., *Teoría del derecho I (4ªED)*, Civitas Ediciones S.L., Navarra, 2012
- RODRIGUEZ LUÑO, A., *Ética general (6ª ED)*, Editorial Eunsa, Navarra, 2010
- SANAGUSTÍN PONS, M.V., *Valores y ética empresarial. Un enfoque sociológico*. Trotta, Madrid, 2011
- SÁNCHEZ VÁZQUEZ, A., *Ética (3ªED)*, Editorial Crítica, Barcelona, 1981

Recursos electrónicos

ALEJOS, C.L., Transparencia: Fuente de confianza en la empresa [En línea], *Cuadernos de la Cátedra “laCaixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, IESE Universidad de Navarra, Nº 27, Julio, 2015 [Consulta: 3/05/2016] Disponible en web:

<http://www.iese.edu/Aplicaciones/upload/catedralacaixavol27.pdf>

ARASTHEY SAHUN, M.L., Diversidad religiosa y trabajo [En línea], *Expansión.com*, Publicado el 14 de Agosto de 2009 [Consulta: 2/04/2016] Disponible en web:

<http://www.expansion.com/2009/08/14/juridico/opinion/1250263294.html>

ARGANDOÑA A., La enseñanza de la ética de la empresa [En línea], *División de investigación IESE*, Documento de Investigación Nº262, Febrero 1994, IESE Universidad de Navarra [Consulta: 18/05/2016] Disponible en web:

<http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0262.pdf>

ARGANDOÑA, A., La ética de la empresa y la ética del directivo [En línea], *Cátedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, Documento de investigación WP-1089, IESE Universidad de Navarra, Mayo, 2014 [Consulta: 25/02/2016] Disponible en web:

http://www.ieseinsight.com/fichaMaterial.aspx?pk=112351&idi=1&origen=3&idioma=1&_ga=1.111858372.1737943882.1459941860

ARIÑO, M.A.; PASTORIZA, D.; Los beneficios del liderazgo ético sobre el capital social [En línea], *IESE Insight*, 2013 [Consulta: 26/05/2016] Disponible en web:

<http://www.ieseinsight.com/doc.aspx?id=1584&idioma=1>

CABRERA, J. “La transparencia es clave para el futuro de nuestras organizaciones” [En línea] *Innovación, Liderazgo, Organizaciones*, Publicado el 9/08/2008 [Consulta: 3/05/2016] Disponible en web: <https://blog.cabreramc.com>

CORTES GARCÍA, F.J., Ética empresarial y Responsabilidad Social Corporativa [En línea], *Boletín Económico ICE*, Nº2936, 2008, pp.33-48 [Consulta: 7/03/2016]

Disponible en web: http://www.revistasice.com/cachepdf/BICE_2936_33-48_38AC0C2AC73B6BF62C0F217747F9EFD8.pdf

CORTINA ORTS, A., Ética de las profesiones [En línea], *EL PAÍS*, Edición impresa del 20 de febrero de 1998 [Consulta 4/04/2016] Disponible en web:

http://elpais.com/diario/1998/02/20/opinion/887929205_850215.html

CORTINA ORTS, A., Ética de la empresa: no sólo responsabilidad social [En línea], *EL PAÍS*, Edición impresa del 20 de Agosto de 2005 [Consulta: 29/02/2016] Disponible en web: http://elpais.com/diario/2005/08/20/opinion/1124488806_850215.html

CORTINA ORTS, A., Ética de la empresa: no sólo responsabilidad social [En línea], En: XIV Seminario Permanente de Ética Económica y Empresarial. *Ética de la empresa: hacia un nuevo orden global*, Fundación ÉTNOR, 2005 [Consulta: 29/02/2016] Disponible en web: <http://docplayer.es/1594679-Xiv-etica-de-orden-global-hacia-un-nuevo-la-empresa.html>

ECHANIZ BARRONDO, A., ¿Debe ser ético el líder? [En línea], *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, nº 6, Novena Conferencia de Ética, Economía y Dirección, Bilbao, 2001 [Consulta: 13/05/2016] Disponible en web:

<http://www.eticaed.org/4.Echaniz01.pdf>

GARCÍA, C.; LÓPEZ, S.; RUIZ, E.; GAGO, M.L.; *Recursos humanos y Responsabilidad Social Corporativa* [En línea], McGraw Hill, 2012, p.241 [Consulta: 14/03/2016] Disponible en web: <http://aechile.cl/wp-content/uploads/2013/02/Etica-MH.pdf>

GOYA, D., Schneider: La crisis económica tiene su origen en una crisis de valores de los empresarios [En línea], *GESTIÓN. El diario de economía y negocios de Perú*.

Publicado el 16 de Julio de 2013 [Consulta: 4/04/2016] Disponible en web:

<http://gestion.pe/economia/ben-schneider-tesis-tesis-tesis-tiene-su-origen-tesis-valores-empresarios-2071307>

GUILLÉN PARRA, M., La ética empresarial. Una aproximación al fenómeno [En línea], *Cuadernos de Empresa y Humanismo*, Cuaderno 58, Universidad de Navarra, 1996, pp. 3-39 [Consulta: 1/04/2016] Disponible en web:

<http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/3943/1/Cuaderno058.pdf>

LOZANO AGUILAR, J.F., Códigos éticos y auditorías éticas [En línea], *Veritas: Revista de filosofía y teología*, N°. 17, 2007, pp. 225-251 [Consulta: 16/05/2016]
Disponible en web: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2471548>

PÉREZ RUESTRA, R.N., *El comportamiento moral en las organizaciones: una perspectiva desde la ética de la empresa* [En línea], Memoria para optar al grado de doctor, Madrid, 2010, p.129 [Consulta: 25/02/2016] Disponible en web:
<http://eprints.ucm.es/11089/1/T32191.pdf>

RUIZ PALOMINO, P.; RUIZ AMAYA, C.; Factores determinantes del comportamiento ético/no ético del empleado: una revisión de la literatura [En línea], *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* Vol.17, N° 3, Septiembre-Diciembre 2011, pp. 29-45 [Consulta: 29/02/2016] Disponible en web:
<http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v17/173029.pdf>

SVENSSON, G.; WOOD, G.; Ética empresarial teleológica: formativa, racionalista y transformativa – ilustraciones y analogías [En línea], *Revista científica EsicMarket*, Vol. 138, 2011, p. 63-90 [Consulta: 7/03/2016] Disponible en web:
http://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/110105_122431_E.pdf

Definición “Ética de los negocios”, EBEN (European Business Ethics Network) [Consulta: 29/02/2016] Disponible en web: www.eben-net.org

Definición de “Código de Buen Gobierno”, AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas) [Consulta:29/02/2016] Disponible en web:
www.aeca.es

Definición de “Código Ético”, FUNDACIÓN ETNOR [Consulta: 7/05/2016]
Disponible en web: http://www.etnor.org/mediawiki/index.php?title=Código_ético

MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES, “Informe del Foro de expertos sobre RSC” [En línea], 2007, [Consulta: 4/04/2016] Disponible en web:
http://www.fundaciones.org/EPORTAL_DOCS/GENERAL/AEF/DOC-cw4c6e3991c23c1/Grupos-Sectoriales-RSE-informe_definitivo_foro_expertos.pdf

OBSERVATORIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, “Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa” [En línea], Guía 2014,

[Consulta: 29/02/2016] Disponible en web: http://observatoriorsc.org/wp-content/uploads/2014/08/Ebook_La_RSC_modific.06.06.14_OK.pdf

Estándares sobre Responsabilidad Social Corporativa. AEC (Asociación Española para la Calidad) [Consulta: 4/04/2016] Disponible en web:

http://www.aec.es/c/document_library/get_file?uuid=aea7ae71-6b3b-48f6-b6cc-9eed4d8b6bea&groupId=10128