

MARCO TEÓRICO

Como podemos ver, analizamos la ética desde un punto de vista empresarial. El sentido de la ética merece destacarse como un pilar fundamental de la empresa, y como un factor determinante. Este factor es especialmente percibido y tenido en cuenta por el público general. Por tal causa, las empresas deben emitir su Código de Ética y darlo a conocer a sus accionistas, personal, clientes, proveedores y autoridades vinculadas a la actividad.

Si bien la ética es mencionada dentro de las organizaciones, su tono remite equivocadamente a cierta moral, pero deberíamos pensar en el concepto ético pero desde una visión pragmática, que es la propia de las empresas. Nada es más hábil que una conducta irreprochable.

Antes de continuar, es conveniente aclarar ciertos conceptos, para poder tener un marco de referencia.

La Ética

Al hablar de ética necesariamente tenemos que hablar de filosofía, debido a que pertenece a esta esfera del conocimiento. La acepción más conocida del vocablo *ethos* se presenta con Aristóteles donde se entendía por *ethos*: temperamento, carácter, hábito, modo de ser.

Algunas características de la ética son:

- Es una disciplina filosófica.
- Su objetivo de estudio es la moral.
- Es normativa de la actividad humana en orden del bien.
- Es reflexiva, porque estudia los actos no como son, sino como deberían de ser.
- Es práctica, es decir, se enfoca al campo de acción humano.

La ética se define como: principios directivos que orientan a las personas en cuanto a la concepción de la vida, el hombre, los juicios, los hechos, y la moral.

Es conveniente diferenciar la ética de la moral, la ética es una disciplina filosófica, la cual tiene como objetivo de estudio la moral, esto no quiere decir que la ética crea la moral, sino solamente reflexiona sobre ella.

La moral se refiere a la conducta del hombre que obedece a unos criterios valorativos acerca del bien y el mal, mientras que la ética reflexiona acerca de tales criterios, así como de todo lo referente a la moralidad.

El término **moral** procede del latín *mos*, que significa costumbre, hábito, en el sentido de conjunto de normas o reglas adquiridas por medio de hábito.

Otro concepto importante es el de **valor**, este no lo poseen los objetos por sí mismo sino que estos lo adquieren gracias a su relación con el hombre como ser social.

Cuando nos referimos al término **empresa** lo definimos como una unidad económica de producción de bienes y servicios. La empresa es, individualmente, una de las instituciones protagónicas de la sociedad contemporánea. Su importancia económica es en la actualidad indiscutible y de ahí que la existencia y desarrollo de una capacidad empresarial es uno de los activos más valiosos con que puede contar un país. La clave del desarrollo está en las personas.

Un dato elemental lo representa el elemento humano el cual es la clave, porque si no perdemos de vista esta

consideración, podremos comprender mas fácilmente que el nivel ético esta lejos de ser un factor neutro, o a lo más accesorio, en la vida social.

La moral cuenta como un factor positivo de crecimiento personal y también como un factor del mas alto relieve en la sociedad. Pensemos si no lo percibimos con suficiente claridad en las dos desastrosas consecuencias que atrae la corrupción de los gobernantes, el daño que puede causar un medio falta de principios éticos o los perjuicios que derivan de una actividad empresarial lesiva al medio ambiente. Ahora bien, a la hora de aplicar los principios éticos a la empresa, no hay que olvidar lo que esta es por su propia naturaleza, porque si la falta de ética en la actividad empresarial acarrea sin duda consecuencias nocivas, el intento de orientarla conforme a criterios morales que no son los adecuados, aparte de entrañar un idealismo, que aunque muy bien inspirado, podría fácilmente a conducir a consecuencias sociales y económicas catastróficas.

También encontramos lo que es el modelo antropológico de los negocios sostiene que el cambio existe siempre, y como tal, la calidad (excelencia) es un fin que no tiene limites, en consecuencia siempre se debe mejorar. Para ello se debe actuar en extremo rigor de forma ética.

LA ÉTICA Y LA EMPRESA

El administrador y la ética

En una empresa u organización ser un administrador efectivo es una labor muy demandante, pero en la actualidad, enfrentan desafíos muy particulares. La cada vez más alarmante contaminación industrial nos recuerda que al destinar recursos los administradores inevitablemente incurren en ventajas y desventajas, sin importar lo que hagan o dejen de hacer. El estudio de quién resulta, y quién debe resultar beneficiado o perjudicado por una acción en particular se denomina ética, la cual estudia también quien goza de derechos de cualquier índole, y quién goza de ellos. En un plano superficial, es relativamente fácil juzgar si una práctica empresarial es correcta e incorrecta en términos de ética. Lo complejo, en particular cuando las normas convencionales no son aplicadas, consiste en comprender los conceptos y las técnicas de la toma de decisiones éticas para poder establecer juicios de orden moral más adecuados.

Desde el punto de vista meramente filosófico, la ética es la ciencia que estudia las actuaciones humanas en cuanto se relacionan con los fines que determinan su rectitud. En general toda ética pretende determinar una conducta ideal del hombre. Desde la perspectiva de la ética especial o de ontología que trata de los deberes que se imponen al hombre según los distintos aspectos o campos en que se desarrolla su vida, es donde podemos ubicar su importancia en el desarrollo del ejercicio profesional de la administración de personal.

Así las cosas, las normas éticas y morales sobrepasan las prohibiciones de la ley y el lenguaje de "no debes", e incluyen las cuestiones del deber y el lenguaje de "se debe y no se debe hacer". La ética se refiere al deber humano y a los principios en los que se apoyan estas obligaciones.

Todas las empresas tienen una obligación ética, y de hecho la administración de personal, hacia cada uno de los cinco grupos que las constituyen: propietarios, accionistas, empleados, clientes, proveedores y la comunidad en general. Pero, no solo en términos de normas y deberes como reglas, sino en términos de valores: la libertad, la igualdad, la solidaridad, el respeto activo y el diálogo. La administración de personal, en consonancia con las directrices del ejecutivo principal y de los propietarios, debe propender por la generación de tres elementos éticos fundamentales que permitan el desarrollo de los valores: la ética de la responsabilidad, la ética hacia el interés de todos, y la ética de la organización. Es decir, la administración de personal, debe propender hacia la consolidación de una empresa ética basada en éstos elementos: una cultura corporativa sólida (valores contruidos colectivamente), el talento humano como capital principal de la empresa, la calidad como aspiración fundamental, la combinación de la búsqueda de bienes tangibles (materiales) e intangibles (armonía, cooperación, ausencia de conflictos, cordialidad) preocupación por los

clientes, trabajadores, proveedores y los competidores, en el marco de sus actuaciones, y no solo por sus accionistas, asumir la responsabilidad social por las acciones de la empresa, ejercer una dirección basada en los valores, y predominio de un contrato moral de la empresa con sus integrantes, más allá del contrato legal.

La competencia y la ética

La Regla Clave es: Competir. Y esta competencia ya plantea reglas:

– Con los competidores. Aquí las reglas éticas reciben el nombre genérico de competencia leal, sancionándose la deslealtad. Competencia leal es luchar con armas lícitas: que son calidad y precio bajo. Y desde luego, precio bajo fundado en eficiencia. Publicidad vinculada a la verdad: no mentir ensalzando el propio bien; no rebajar ni denigrar el de la competencia.

- Con el público también hay deberes de competencia:
- No atentar contra la salud
- No atentar contra la seguridad
- No atentar contra el medio ambiente

Uno de los deberes importantes de los empresarios son aquellos vinculados a la publicidad, la que debe ajustarse a padrones éticos, como la veracidad y buena fe.

Virtudes específicas del empresario:

Es indudable que hay virtudes específicas del empresario. Así como Platón, en su República, analiza las virtudes esenciales del poeta, del guardián y de otros que desempeñan roles en su sociedad ideal, así también podemos asignar virtudes esenciales al empresario. Si el militar debe ser valeroso, el juez justo y prudente, ¿qué ha de caracterizar al empresario?

Planteó algunas de las muchas hipótesis posibles. el empresario ha de ser laborioso, imaginativo, íntegro. tiene deberes que cabe referir a la verdad: la de ser veraz y transparente, garantizado con esas virtudes la calidad de los productos y servicios que ofrece; la de ser prudente, no abusando de información que logre y pueda perjudicar a sus competidores; la de ser audaz, asumiendo riesgos, que son los que, en definitiva justifican la ganancia ha de ser mesurado en la obtención de esta y no lograrla a toda costa.

Estimó que una cualidad del empresario, como de otras actividades, entres las que incluyo la del jurista es la de cierta distinción en el logro de sus fines, en que el logro no haga desaparecer cierta prestancia en la integridad de su acción.

El empresario debe preocuparse de los costos. Si incurre en altos costos no será competitivo pero debe tener presente que faltara a la ética es para el un costo alto y aunque no necesariamente se concrete en registros contables.

Empresa y misión del estado en la ética pública y privada

El estado como agente emprendedor de políticas gubernamentales y candado principal de apoyo y gestiones empresariales, tiene dentro de su margen el estudio que hoy en día resaltara en el futuro la economía del país el cual esta orientado a la educación, este objetivo que hoy la educación tiene debe estar orientado principalmente al ámbito del trabajo no solo como un grupo emprendedor sino que como un equipo de trabajo, de creatividad, y emprendedor hacia objetivos comunes, esto porque hoy en día la empresa necesita mucho de estos conceptos para lograr su que hacer diario y en el futuro.

Esto significa que la empresa no solo se compone de los empresarios sino que son:

Empresarios + Trabajo + Comunidad

Y este último factor por decir es el que la empresa debe poner cuidado para no ejercer fuerzas que puedan dañar su integridad y no mirándolo desde el punto presente sino que el más importante desde un punto de vista a largo plazo, visión de futuro.

La empresa como organismo no posee una sola relación con el estado, sino su campo va mucho mas allá su relación con:

Proveedores clientes y trabajadores: Climas y Normas de Valores

Deben estar en un clima que se debe regir bajo ciertas normas de valores que permitan guardar el equilibrio necesario y no se imponga reglas que signifiquen abusos o imposiciones indebidas para unas de las partes como para todas las partes que en su conjunto no benefician a nadie.

La relación empresa estado se considera relevante, pero ha ido perdiendo importancia con respecto a las otras variables debido a que principalmente el estado ha ido liberando regulaciones y delegando directamente en las empresas sus funciones, ampliando su ámbito y responsabilidad frente a numerables temas relacionado con la ética.

El modelo antropológico y la ética

El modelo tiene sus antecedentes en la Escuela de las Relaciones Humanas surgida posteriormente a la segunda guerra mundial, y descansa sobre los estudios históricos erigidos en torno al fenómeno de la "motivación humana".

El objetivo final propugnado por el Modelo Antropológico tiende a ir mucho más allá que el objetivo financiero de "crear valor para los accionistas" a través de "la generación de mayor valor de mercado posible para los titulares de capital de riesgo". El objetivo instrumental u operativo, es el de crear más valor para la empresa y el cual alimenta el objetivo final de "servir a la sociedad".

Los valores éticos se han impregnado en el acontecer empresarial y se está experimentando un retorno de la espiritualidad, en el sentido de impregnarse de valores morales que reflejen un comportamiento más integral, pero este regreso hacia una posición particular no obedece a un signo de carácter religioso puro, sino que a un signo exclusivamente empresarial, que se relaciona con el fin último de toda empresa, el cual es el de servir a la sociedad donde se inserta y que se rodea de fines operativos importantísimos ligados estrechamente a la obtención y generación de más valor para las empresas mismas. En consecuencia, el objetivo de los gerentes de que sus empresas sean más valiosas, se supedita a una actitud y a un comportamiento de todos sus dirigentes que se liga, a su vez, con la permanencia en el largo plazo. En suma, el actuar éticamente no obedece a un puritanismo de los nuevos dirigentes, sino que a una necesidad para la obtención de mayor valor para sus empresas.

Este valor se traduce en mayor competitividad, mayor productividad, mejor atención de clientes y proveedores y consecuentemente, posicionamiento, que implica ganar una mayor participación de mercado.

La creación de valor en las empresas

La base del "valor" reside en la forma como los nuevos gerentes dirigen los negocios. Ya no basta con ser un "gerente competitivo" sino que se debe experimentar una transformación a "líder"; que ante todo sabe, que es una persona y que está rodeado de personas. Ello implica en ocasiones el perder la condición de gerente "parco" y aceptar la de ser el eje central de las actividades que desarrollan todas las personas en la empresa que dirige.

Consecuentemente, el modelo antropológico sitúa en el centro a las personas, ya no como un recurso "más", sino como seres que merecen el mejor y mayor de los respetos. Estas personas son los accionistas, los directivos, los proveedores, los empleados y los clientes. Y tratarlos como personas equivale a generar un clima propicio para el logro de la más alta de las productividades que se refleja en el logro inevitable de los más altos rendimientos mercadológicos, económicos y financieros.

De ahí que el actuar éticamente sea una necesidad, no porque se prescriba en textos místicos, sino porque con ello estamos preparados para alcanzar éxitos financieros que conducen al crecimiento y desarrollo permanente de las empresas.

Esta actitud, del quehacer ético, está ligada al intenso desarrollo de la tecnología de la información, y a pesar de que siempre existe corrupción, fraudes y engaños, ahora es mucho más fácil detectarlos y es en la actualidad que ahora se vive, que se sabe, que más temprano que tarde, la verdad será conocida.

Tres valores que realizan las empresas son: 1) el valor económico, todos los que hicieron aportes a la actividad productiva reciben su compensación que les permitirá satisfacer sus necesidades, 2) el valor psicológico, los que participan del proceso productivo logran asimilar el aprendizaje para la toma adecuada de decisiones que afectan a otros o a ellos mismos de forma directa o indirecta, 3) el valor ético, se aduce al cambio que se produce en el interior de las personas. Los dos últimos valores son subjetivos pero su influencia es decisiva para la generación del valor económico.

Liderazgo ético y la ética empresarial

El "Liderazgo Ético" es entonces una necesidad que hace mejor y más rica a la empresa. Por el contrario, si se busca el enriquecimiento acelerado y sobre bases ilícitas, la empresa se condena a sí misma.

Ya en estos tiempos, nadie puede negar la importancia de la inteligencia emocional para la toma de decisiones en las empresas; que el cliente es cada día más y más exigente y más difícil de engañar; que el mundo entero se ha reducido por efecto del inmenso desarrollo de las telecomunicaciones y que el temor a una demanda por efecto de un error que afecte a terceros, es ahora muy latente en todos.

Es por eso que la ética empresarial está teniendo, hoy más que nunca, una presencia determinante en la dinámica de las empresas modernas. Ya no es el tiempo de las glorias pasadas, alcanzadas sobre pedestales débiles o falsos.

Es el momento de valorizar o revalorizar las actitudes y valores gerenciales, de tal manera que se comprenda que la ética empresarial es ahora una necesidad y no una virtud.