

ÉTICA y EMPRESA

Cra. Teresa Bisordi de Gutiérrez ¹ - UNNE – Facultad de Ciencias Económicas.

Ética

Sin bien existen autores que plantean diferencias entre moral y ética, es posible aceptar ambos conceptos, como dos enfoques de una misma cuestión reguladora del comportamiento humano.²

El contexto

Cómo partícipes de la sociedad argentina - ante el cansancio moral que nos invade - la pregunta que cada vez más con más frecuencia nos hacemos, es: ¿Será nuestro país – alguna vez y dentro de los límites de vida que nos queda – un lugar donde valga la pena vivir?

El individualismo y el egoísmo reinan en nuestra sociedad en decadencia, donde triunfa la inmoralidad, el negociado y el delito y en la que resulta notorio el debilitamiento de los valores fundamentales como la honestidad, la equidad y la justicia. La corrupción y el fraude están instalados en el ser humano y muchos de quienes se lamentan de ello, son frecuentemente actores de la delincuencia de “guante blanco” o aquellos que cometen actos delictivos sin reconocerlo, como el fraude fiscal, la desobediencia a las normas de tránsito, etc. etc. etc. Haber perdido la dimensión de la ética nos ha condenado a convivir con la angustia y con la urgencia.

En medio, quienes se sienten marginados o excluidos y quienes ven que pueden enriquecerse rápidamente y sin sacrificios, conforman grupos organizados de piquetes y delinquentes que amenazan con trastocar la estructura jerárquica; y con ellos, los gobiernos y los grandes hombres de negocios, promueven alianzas en un intento de garantizar la paz social.³

Bien lo dice Eduardo Galeano, citado por Monseñor Domingo Salvador Castagna cuando define el sistema imperante en nuestro país: “*Quién no se hace el vivo, va muerto. Tiempo del que me importa, de qué le vas a hacer, del no te metás, del sálvese quién pueda. . Tiempo de los tramposos: la producción no rinde, la creación no sirve, el trabajo no vale...*”⁴

En una época como la que vivimos, de tantos avances tecnológicos que, como dice Bernardo Kliksberg⁵ - muchas veces multiplican la capacidad de producir bienes y solucionar

¹ La autora agradece la colaboración de sus colegas y amigas Cras. Sarita Bender, Natit Pinedo y Mechi Zelinka, quienes posibilitaron con su valioso aporte la concreción de ese trabajo.

² En ese sentido, hablar de ética resulta más neutro que hablar de moral, concepto por el que se podría, inconscientemente, derivar en moralismo.

³ Y a pesar de haber perdido la confianza en nuestras instituciones, es necesario reconocer que el legislador no tiene la sola responsabilidad de este estado deplorable de cosas. El derecho busca lograr un equilibrio entre los intereses contradictorios, él está sobre una cuerda rígida y oscilante y que frecuentemente está obligado a adoptar por un partido, necesariamente imperfecto. Un ejemplo significativo se da entre el desear condenar al comerciante deshonesto y al mismo tiempo no agravar la suerte de los acreedores ni de dañar a los asalariados.

⁴ Entrevista de Vidal Mario a Monseñor Castagna, Arzobispo de Corrientes – realizada con motivo del X Congreso Eucarístico Nacional y publicada en la Sección La Chaqueña del diario EL NORTE – Resistencia, 29 de agosto de 2004

⁵ Kliksberg, Bernardo – “Hacia una Economía con Rostro Humano” – Fondo de Cultura Económica- Bs.As. 2002.

problemas - resulta ofensivo lo poco que llega a la mayor parte de la población, provocando en ella reacciones tan adversas como la desconfianza en las relaciones interpersonales y en los liderazgos, así como la apatía de quienes se retraen totalmente del acontecer político.

Y sin embargo, jamás la invocación a la ética ha sido tan viva como ahora en que ella ha desertado de nuestras vidas; de allí la paradoja de su presencia – al mirar el estado actual de la sociedad - en un movimiento que tiende a ser profundo y duradero en la búsqueda de una nueva jerarquía de valores; tal vez se le esté dando con ello la razón a la historia, cuando cuenta que los renacimientos surgen siempre de los momentos más desesperados.

Prueba de ello es el encuentro internacional sobre “Ética y Desarrollo”⁶ realizado - por iniciativa del Presidente del Banco Internacional de Desarrollo, Enrique Iglesias - en Washington (diciembre de 2000), que congregó a personalidades prominentes: premios Nobel, ex presidentes, filósofos, líderes políticos, empresarios y académicos. De sus conclusiones surge un claro reclamo por una nueva ética a todos los niveles, desde las instituciones financieras internacionales, hasta las naciones y los individuos.

Quizás a partir de la ética se logre, de alguna manera, anticipar los sucesos futuros. Si en lugar de una actitud tradicionalmente proferente, se asume una actitud prospectiva – una estrategia netamente combativa y no meramente pasiva de adecuación y resignación – se le negará determinismo a este escenario hipotético de sociedad decadente y se promoverá su modificación.

Y cuando hablamos de ética nos estamos refiriendo a una ética universal e intemporal; a una ética que trasciende el espacio, que no tiene fronteras, diferencias culturales ni raciales; a una ética *ontológica* que es un tesoro común a toda la humanidad, que no envejece ni conoce de modas; a una ética que no descarta la existencia de éticas particulares, dispersas y sectoriales que, por cierto, para nada la contradicen.

La ética y la empresa

La empresa es una unidad económica, en la cual están agrupados y coordinados - alrededor de un proyecto a realizar en conjunto - los factores materiales y humanos de la actividad económica; en un espacio de libertad, de creatividad, de realización y de fraternidad, la empresa constituye el punto de encuentro de quienes aportan el capital, la materia gris y la capacidad de trabajo hacia una causa final: el cliente.

Como grupo social y como organismo vivo, desde la definición de la visión y la misión, de la estrategia competitiva, del plan de acción y de los mecanismos de control de gestión, la empresa está permanentemente comprometida con la calidad en la satisfacción de las necesidades por la que los clientes pagan y cumple un rol esencial en la definición y creación del sentido de pertenencia social de los individuos que la integran, cuya actitud global imprime su sello en su cultura.

La atracción por incorporarse a una corporación resulta de múltiples necesidades humanas tales como, aminorar el miedo a la muerte, canalizar la angustia que produce la soledad, obtener protección frente a las fuerzas naturales y sobrenaturales, frente a los enemigos o el caos y garantizar un cierto grado de seguridad para la sobrevivencia espiritual y material. A diferencia de los desterrados, los desarraigados o los vagabundos, los miembros de una corporación están siempre acompañados; ellos se constituyen en una gran familia con lazos de parentesco reales, en una hermandad o sustituto de familia que les permite actuar como una fuerza unida para mantener la propiedad de su unidad político - territorial, para

⁶ Mencionado por Kliksberg, Bernardo – Op. Cit.

configurar una identidad propia que conserve las tradiciones culturales y para ayudarse mutuamente y defenderse de las amenazas externas.

El de pertenecer a un determinado grupo social del que puedan sentirse parte - a partir de sus escalas de valores observables en decisiones y hechos y de sus pautas de comportamiento - es uno de los instintos más fuertes del ser humano. De allí la importancia del estilo de dirección y la habilidad y aptitud de ésta, para comprometerse e involucrar a los gerentes, jefes, supervisores y personal en general, para que consideren los proyectos como propios, creando el sentido de pertenencia social y haciendo sentir que la calidad, la eficiencia y la producción son objetivos propios.

Todo ello tiene directa relación con la responsabilidad social que debe asumir la empresa, que conforme el nuevo concepto que de aquélla aporta Peter Drucker, le exige a ésta convertirse en “guardián de la conciencia de la sociedad y en factor esencial de solución de sus problemas”. La aparición de este concepto de responsabilidad social no “se explica por un sentimiento de hostilidad a la empresa. Por lo contrario, el éxito del sistema empresario es el factor que conduce a expectativas nuevas... La exigencia de la responsabilidad es en medida considerable el precio del éxito”.⁷

La falta de credibilidad de los gobiernos respecto de su capacidad de resolver los problemas sociales, ha incentivado esta exigencia, al buscar la gente un cambio de liderazgo hacia las empresas y si bien, como afirma Drucker “corremos el riesgo que la responsabilidad social socave el desempeño económico y de rebote perjudique a toda la sociedad”⁸, ello no implica que la empresa deba esquivar esa responsabilidad, sino que debe administrarla en el marco de la ética, creando – en la misma medida en que crea valor para los accionistas – valor para el mercado, para la supervivencia, para el fisco y fundamentalmente, valor ético traducido en principios de vida y cohesión social, principios que conformen la raíz constitutiva de su cultura organizacional y de su fuerza competitiva.

Cabría preguntarse entonces que está pasando en las empresas hoy; cuál es el factor determinante de la pobreza de muchos, que perdura en medio de la riqueza de pocos. Será quizás que las empresas están priorizando la creación de valor para los accionistas?

En los últimos tiempo – en el marco de la globalización y de la concentración del poder económico - la renta financiera y sus propietarios - los inversionistas - han adquirido un papel relevante. “...la creación de valor para el accionista, el aumento del precio en bolsa de sus acciones, se ha convertido en un auténtico valor cultural para el *establishment* y un objetivo normativo que se defiende como socialmente imprescindible incluso desde el ángulo de los intereses del conjunto de la sociedad...”⁹

“Este objetivo de creación de valor para los accionistas exige que la empresa proporcione *permanentemente* rentabilidades efectivas por encima de las expectativas... Como ello no es fácil de lograr, han de aplicarse estrategias empresariales y técnicas de gestión que afectan de manera negativa y violenta a los demás agentes económicos y, en general, a toda la sociedad. Cabe preguntarse si la actual pretensión del máximo valor para el accionista es compatible con una prosperidad económica sostenible... Todo esto es la otra cara, a veces poco resaltada, del mismo fenómeno que se ha denunciado en las relaciones económicas internacionales o en las nuevas políticas seguidas por los gobiernos nacionales. No es únicamente una muestra de la coherencia del sistema socioeconómico, es también una pista para entender que, en realidad, muchos líderes de opinión y casi todos los gobiernos han sido los instrumentos de difusión pública y de aplicación política de unos *nuevos valores* que

⁷ Drucker, Peter F. La Gerencia – Tareas, Responsabilidades y Prácticas - pp 363

⁸ Idem – pp 374

⁹ Rodríguez, José Miguel - Globalización y consecuencias empresariales. Algunas consecuencias sociales - pp. 2

venían emergiendo con renovada fuerza desde varios ámbitos: *lobbies* empresariales, círculos intelectuales y grupos de poder económico...”¹⁰

Cuando las empresas priorizan la creación de valor para los accionistas, con los ojos puestos en los resultados, los costos y la supervivencia, se instala en ellas un tipo de comportamiento fundamentalista que endiosa la figura de los mercados y rechaza toda forma de control social. “En estos casos, hay una racionalidad excluyente (la basada en la ganancia) que se expresa diciendo que la misión de la empresa es la de producir bienes, servir a los clientes y luchar para ser mejores... y ”... aunque desde el mundo exterior se critique su inmoralidad y su falsa ética, ello no afecta el modo de hacer negocios, porque el exterior es también parte de un contexto competitivo sujeto a críticas...”¹¹; y porque además siempre cabe la justificación de la no intencionalidad de los efectos de sus acciones, de considerar que no se trata de una cuestión de mala fe, de mala voluntad, de que tienen principios éticos que han sido volcados a sus códigos de ética y de que la decisión tomada en pugna con los mismos es el resultado de la presión que ejerce el contexto competitivo.

Estos procesos de degradación aparecen también en las organizaciones por cuestiones que tienen que ver con “... los usos del poder (que corrompe), la falta de justicia, los problemas culturales (como los tabúes y la ignorancia) y el pragmatismo o la ausencia de valores “¹².

Ello refleja una dura realidad económica y social, con fuerzas desiguales que luchan por hacerse de recursos escasos, en un contexto competitivo en el que los mercados se encargan de hacer desaparecer a los menos aptos.

Las empresas debieran considerar al menos que, al margen de la responsabilidad social que les compete, no son sus accionistas los únicos que realizan inversiones y soportan riesgos; los clientes, los proveedores, los empleados, la comunidad local - por nombrar los factores más significativos que aportan a las actividades colectivas en el marco de la empresa - también realizan inversiones específicas, estableciendo interrelaciones y soportando los riesgos de su mutua dependencia. Desconocerlo sería desconocer valores éticos fundamentales como la justicia y la solidaridad.

Al respecto expresa Peter Drucker “... el problema es convertir una organización basada en el poder, en una basada en la responsabilidad. No debe concederse a ninguna organización otro poder que el necesario para su función social, y cualquier otra cosa que vaya más allá de esto, es una usurpación”.¹³

Se trata de incorporar valores sociales a los procesos de organización; lo cual no implica un reemplazo de la idea de eficacia, sino de agregar el juicio de valor moral a los procesos decisorios. Los valores se convierten así en un límite para las decisiones, evitando que los mitos de la eficacia y de la racionalidad provoquen injusticias entre los integrantes de la empresa y/o daño a terceros.

“Hay que superar el muro que mantiene fuertemente separados dos mundos y cuya polarización es un grave peligro: el mundo de la producción y de la asistencia, el del Estado y el mercado, el del interés económico y la justicia social, las leyes de hierro de la economía y sus costos sociales”.¹⁴ Sobre todo si se toma consciencia que el desempeño ético de la

¹⁰ Idem

¹¹ Etkin, Jorge – La Empresa Competitiva – Grandeza y Decadencia – pp 92

¹² Idem – pp 93

¹³ En Etkin, Jorge – La Empresa Competitiva – Grandeza y Decadencia – P. Drucker (1993) pp 144

¹⁴ Leonarcis y Mauri (1994) en Etkin, Jorge – La Empresa Competitiva – Grandeza y Decadencia – pp 340

empresa es, tanto al corto como al mediano y largo plazo, la estrategia más rentable: se gana en credibilidad, en confianza, en respeto, en autoridad y en competitividad cooperativa.

Conviene asimismo destacar que la rentabilidad en sí misma no es ajena a la ética, por el contrario es esencial para afrontar las responsabilidades descritas y para poder mantenerse en el negocio. Es una forma de medir la eficiencia y el valor que el público asigna a los productos y servicios. La utilidad es necesaria para poder realizar inversiones en investigación, entrenamiento de personal, tecnología y equipos, y en el desarrollo de productos y servicios que permitan satisfacer las necesidades del consumidor. Sin rentabilidad adecuada y una firme base económico -financiera no se puede cumplir con las responsabilidades antedichas.

Los sujetos de la ética aplicada a los negocios

La empresa no vale sino para el hombre, ella no funciona sino gracias a y por los hombres, los que aportan el capital, sus dirigentes y sus asalariados, por ello cabe afirmar que no hay ética empresaria sino la que emana de las “personas éticas”. Por tanto sería más lógico referirse no a la “ética de las empresas” o “ética de los negocios”, sino a la “ética de los empresarios” o de los “hombres de negocios”.

“La libre empresa, concepto inseparable del de sociedad abierta, es una fuerza impersonal, incapaz de decisiones morales...”¹⁵ por lo que es posible afirmar que la empresa desempeña su rol social, crea valor en tal sentido y asume los riesgos conexos que ello implica, a través del discernimiento y compromiso ético de las personas que la integran y en especial de sus directivos. La definición de los valores y principios críticos en la generación de calidad será un fiel reflejo de la ética personal de sus dirigentes; el diálogo y la búsqueda de acuerdos, permitirá que el pensamiento moral y las expresiones valorativas se difundan a través de toda la estructura.

Los responsables de establecer las políticas de la empresa, deberían considerar los intereses de todos aquellos involucrados por su actividad. Así se reconocerán los derechos de los empleados y se procurarán políticas de personal que favorezcan el potencial humano y la creación de un sentido de misión y de logro en todos los niveles de la organización.

La ética en los negocios es por tanto un resultado, una consecuencia del desempeño ético de su management, quien ejercerá un liderazgo ético si él es un hombre ético en su carácter; si no mantiene a la ética y a los negocios en dos mundos separados; si ha asumido la responsabilidad que le compete, consciente de estar preparado para ello y de que no basta con sus buenas intenciones y su conducta honorable.

Hacia dentro, la ética interna de la empresa se evidenciará en las relaciones con los asalariados, creando un clima de adhesión, participación y comunicación abierta. Y logrando desde el empleado, un desempeño ético personal que se evidenciará en el trabajo responsable. Su valor como miembro del negocio estará en cuan bien sirva las necesidades del cliente, en cuan importante es su compromiso con el desarrollo de la confianza, la transparencia, el trabajo en equipo y el profesionalismo.

Y así será posible también desarrollar una ética externa, hacia fuera, hacia el Estado, la comunidad, la competencia, el proveedor... El precio justo, la cantidad y la calidad total por lo que ha pagado es una forma de ver la ética aplicada a las relaciones con el cliente. El valor del negocio - compuesto por personas que están al servicio del cliente – estará precisamente en la cantidad y calidad del servicio que se le presta.

¹⁵ Gilli, Juan José - Ética y Empresa- pp 1

La ética organizada

En el plano colectivo, la ética se traduce en la elaboración - en estrecha vinculación con la legislación y la jurisprudencia - de códigos de deontología profesional, de alguna forma universal para una rama profesional determinada y de códigos internos de las organizaciones relacionados con la ética de los negocios. Ello permite moralizar las profesiones y las actividades, como complemento de normas jurídicas imperativas, o en su ausencia, esperando una eventual intervención del legislador.

La ética organizada se plasma en las éticas particulares y corporativistas, a través de la que los mismos actores desean asumir su responsabilidad, poniendo ellos mismos límites a su acción y normas de comportamiento; en una palabra, una deontología que ellos se empeñan por respetar, una autorregulación que se prolonga en una autodisciplina colectiva. Ellas, en general, dependen de lo infra-jurídico, su desconocimiento no da lugar a una acción en justicia, sino solamente a sanciones en el ámbito de la corporación.

Pero siempre existen intereses económicos poderosos que parecen olvidar totalmente la conciencia de sus actores, ignorando todo tipo de autorregulación. Son los frutos de la globalización que especulan en búsqueda del máximo provecho, sin preocuparse del mundo, ni del interés común, ni de las consecuencias de sus actos. Ellos son capaces de sacudir tanto la economía de un país como de un conjunto de países, como se ha dado en las reiteradas crisis de estos últimos años. El lema ético será por tanto “humanizar y civilizar la globalización”.

Los mejores códigos éticos son aquellos que se elaboran en concertación con el personal, en el seno de una comisión ética; ellos movilizan a todos los asalariados hacia el respeto de sus reglas y permiten, llegado el caso, caracterizar más fácilmente la falta de aquel que no ha respetado una prescripción, tanto en el seno de la empresa como en el exterior.

Un código de ética aplicada al comportamiento empresario seguramente preverá principios de conducta como los que siguen:¹⁶

1. Frente al Estado:

- Colaborar con el cumplimiento de los fines del Estado a través de la estricta observancia de las obligaciones en materia laboral, tributaria, administrativa, comercial y contractual.
- En caso de contratación con las entidades estatales, respetar los principios de transparencia, responsabilidad y economía y cumplir con la plenitud de los requerimientos del estatuto contractual de la administración pública.
- Actuar con ética en los procesos de contratación directa, licitaciones y concursos y cumplir rigurosamente las obligaciones que de ellos deriven.
- Observar una actitud ética frente a los servidores públicos.

2. Frente a la comunidad y clientes en general:

- Colaborar en la construcción participativa de una cultura ética.
- Contribuir al desarrollo económico con justicia social.

¹⁶ Extraídos del Código de Ética del Empresario –Personas Jurídicas – Cámara de Comercio de Bogotá – Colombia.

- Garantizar a los consumidores información suficiente y adecuada que les permita hacer efectivos sus derechos, en especial el de libre elección.
- Cumplir con las condiciones de calidad e idoneidad de bienes y servicios.
- Desarrollar y proveer productos y servicios de alta calidad y de real valor en términos de precio, seguridad e impacto ambiental, apoyados en los conocimientos tecnológicos, comerciales y ambientales necesarios.

3. Frente a la comunidad empresarial:

- Obrar con lealtad, transparencia y buena fe en las relaciones comerciales con los competidores.
- Concertar mecanismos de vigilancia y seguimiento para garantizar la transparencia de los procesos de contratación pública y privada.
- Apoyar la formación de una comunidad empresarial con valores éticos, consciente de su responsabilidad en la búsqueda de la justicia social.
- Cumplir las disposiciones que regulan la propiedad intelectual y velar por su observancia.
- Cumplir las disposiciones relativas al régimen de propiedad industrial.
- Cumplir las disposiciones legales y reglamentarias sobre pesas, medidas y metrología.
- Cumplir las disposiciones sobre promoción de la competencia y prácticas comerciales restrictivas en los mercados nacionales.

4. Frente a los accionistas:

- Proteger la inversión de los accionistas y tratar de obtener una adecuada rentabilidad.

5. Frente a los empleados:

- Respetar la dignidad humana y los derechos inalienables de los subordinados y colaboradores.
- Remunerarlos con justicia y cumplir estrictamente con el reconocimiento y pago de sus prestaciones sociales, de salud, seguridad social y pensiones.
- Promover su desarrollo integral, capacitación y bienestar.
- Propiciar su promoción con base en méritos de trabajo.
- Garantizar la igualdad de oportunidades y fomentar la participación del empleado en el planeamiento y dirección de su trabajo.
- Crear condiciones dignas de trabajo.
- Brindar adecuadas condiciones de salubridad y seguridad.
- Divulgar los valores de una cultura ética al interior de la empresa.
- Requerir de los empleados honestidad, integridad y equidad y que eviten posibles conflictos de intereses entre sus actividades financieras particulares y sus responsabilidades para con los negocios de la empresa.

5. Frente a los acreedores y proveedores:

- Informar con veracidad sobre la situación económica y financiera de la empresa.
- Cumplir cabalmente con las obligaciones legales y contractuales.
- Abstenerme de la realización de actos ilegales o antiéticos en detrimento de terceros.
- Promover la creación de una cultura ética entre los acreedores y proveedores.
- Buscar relaciones beneficiosas para ambas partes con contratistas y proveedores.

6. Frente al medio ambiente:

- Utilizar dentro de las posibilidades técnicas y de mercado, tecnologías limpias que garanticen la conservación del ecosistema, y por tanto, abstenerme de utilizar indebidamente productos, procesos y tecnologías que de manera comprobada lesionen el medio ambiente.
- Adoptar mecanismos empresariales para el Desarrollo Humano Sostenible.
- Procurar la obtención de certificados de calidad del medio ambiente.

La ética impuesta

La auténtica ética es espontánea, es el fruto de una deliberación voluntaria y en libertad de la conciencia. Sin embargo sería una utopía esperar que el mundo mantuviese un comportamiento ético perfecto. De allí la presencia del legislador, necesaria para imponer la base del comportamiento ético.

Así se prescriben las normas jurídicas, que al mismo tiempo son preceptos éticos, animadas por la búsqueda del interés común y la protección de las personas. Ellas son parte de una ética colectiva que se traduce en el derecho de familia, el derecho penal, el derecho del trabajo, el derecho que protege a débiles e incapaces, a contratantes, asalariados, consumidores, accionistas.

El *mínimum* ético es el respeto del derecho. El derecho y la ética se respaldan mutuamente. Considerando que la ética no es directamente operacional, necesita de un portavoz, que es el derecho; sin él sería desencarnada y desarmada. Pero además, el derecho sin ética sería inhumano, sería como vivir bajo la ley de la jungla. Entre el derecho y la ética se produce un fenómeno de ósmosis, a tal punto que se hace difícil discernir cuál de ellos prima sobre el otro. La ética se incorpora al derecho; el derecho se envuelve de la ética. El derecho es coherente en la sombra de la ética. Ambos conforman una alianza que permite asegurar la paz.

El hombre ético

Antes dijimos que la empresa desempeña su rol social, crea valor en tal sentido y asume los riesgos conexos que ello implica, a través del discernimiento y compromiso ético de las personas que la integran y en especial de sus directivos. Por consiguiente, nuestra preocupación debería estar centrada en el comportamiento ético del hombre en sí mismo.

Según Juan D. Bernardo ¹⁷ el comportamiento ético del hombre depende de la escala que adopte, en forma autónoma, madura y adulta, en relación a los valores que tienen preponderancia en la conducta humana; y entre ellos, Bernardo enuncia los tres indiscutibles y fundamentales: la libertad, la solidaridad y la justicia.

Es posible afirmar que la conducta ética no se reduce a una cuestión de formas, estilos o tecnologías, no se trata de ejercer una opción, sino de una conducta de vida; por tanto nadie puede hacer gala de dos éticas diferentes: una aplicable a su vida personal, otra a los negocios. *Quien postula valores éticos elevados no podrá al mismo tiempo desarrollar la vida práctica de los negocios al margen de ellos.*

¹⁷ Bernardo, Juan - *Ética de los Negocios*.

Ahora bien, la pregunta es: el hombre nace ético o aprende a ser ético ? Según Sánchez Hidalgo ¹⁸, el individuo no hereda las normas morales o la conducta moral, sino que hereda las capacidades para responder a los estímulos y ciertos modelos de reacción, condicionado íntimamente por el *ambiente* en que se desarrolla. Las normas de conducta del individuo y los valores que les sirven de cimiento tienen su raíz en su propia esencia y están determinados, en parte, por el *ambiente cultural* en que nace.

Según James y Jongeward, el hombre nace dotado de todo lo necesario para ser *auténtico*, lo cual implica un comportamiento veraz, confiable, sincero y sensible, tanto en su condición de individuo como de miembro de una sociedad.

El hombre que logra ser auténtico asume la responsabilidad de su propia vida; se preocupa por el mundo y sus habitantes, no se aísla de la sociedad y sus problemas; siente compasión y se compromete en esfuerzos por el mejoramiento de la calidad de la vida. Aún en la adversidad nacional o internacional, no se considera totalmente indefenso. Hace todo lo que está a su alcance para hacer de éste un mundo mejor; "... avanza hacia su autonomía, expande sus posibilidades de conocimiento, espontaneidad e intimidad..." ¹⁹ y mientras esto ocurre desarrolla un *adulto integrado*, aceptando la responsabilidad por todo lo que siente, piensa y cree y evidenciando tendencias hacia la sensibilidad, el procesamiento objetivo de datos y la *responsabilidad ética*.

Pero el hombre no siempre logra ser auténtico; quienes pese a haber nacido para serlo, sufren - ante la falta de respuesta a las necesidades de dependencia - malnutrición, brutalidad, relaciones infelices, enfermedades, desilusiones continuas, o simplemente, se desarrollan en un ambiente adverso - en donde no existen normas de conducta ni se respetan valores éticos - se acostumbran a hacer frente a tales experiencias negativas, manipulándose, manipulando y cargando sobre los demás la responsabilidad de su propia vida insatisfactoria.

Antes también dijimos que la corrupción y el fraude están instalados en el ser humano; creemos que la responsabilidad puede serle asignada, en gran medida, al entorno de pobreza y/o de incultura al que gran parte de los argentinos están sometidos. Sin embargo y de acuerdo con lo que expresan James y Jongeward ²⁰, el hombre no está totalmente a merced del ambiente o de la herencia; él puede modificar ambos.

Con otro enfoque, Kliksberg, interpretando el decir de los profetas, explica "... que no haya pobres depende de cada sociedad, de cómo se organice, de que haga lo necesario para ello. La pobreza no es un producto de la naturaleza, sino lo contrario. El designio divino es que el ser humano tenga todas las oportunidades para realizarse. Las sociedades lo violan a través de la pobreza..." ²¹

Nuestra esperanza es que el hombre - nuestra gente - llegue a comprender que nació para ser auténtico, que posee un poder real para dirigir su propia vida, adoptar decisiones, desarrollar su propio código ético y contribuir a mejorar las vidas de quienes lo rodean, rescatando al mismo tiempo, la filosofía del trabajo que lo engrandece y dignifica.

¹⁸ Sánchez Hidalgo, Efraín – Psicología Educativa - pp 301

¹⁹ James, Muriel y Jongeward, Dorothy – Nacidos para Triunfar - pp 254

²⁰ Idem - Prefacio – pp 2

²¹ Kliksberg, Bernardo – Op Cit.- pp. 13

BIBLIOGRAFIA

- K2002liksberg, Bernardo – “Hacia una Economía con Rostro Humano – Fondo de Cultura Económica – Bs.As. 2002
- Cortina, Adela – Ética de la Empresa – Ed. Trotta – Madrid 1994.
- Drucker, Peter F. – La Gerencia – Tareas, Responsabilidades y Prácticas – Ed. El Ateneo – Bs.As. 2001.
- Gélinier, Octave – Etica de los Negocios – Limusa - Noriega Editores – México 1997.
- Gilli; Juan José – Etica y Empresa – UBA –Bs.As.
- Bernardo, Juan D. – Etica de los Negocios – Ed. Mscchi – Bs.As. 1993.
- Etkin, Jorge – La Empresa Competitiva – Grandeza y Decadencia – Mac. Graw Hill – Santiago de Chile 1996.
- Le Tourneau, Philippe – La ética de los Negocios y la Administración del siglo XXI – Ensayo – Facultad de Derecho de Tolouse – Francia – 2000.
- Riesenkamp, Guillermo Mario – Etica y Recursos humanos – En revista Enfoques – Ed. La Ley – Bs.As. Marzo 2002.
- James, Muriel y Jongeward, Dorothy – Nacidos para Triunfar – Fondo Educativo Interamericano S.A. –Bs.As. 1975.
- Sánchez Hidalgo, Efrain – Psicología Educativa – Editorial de la Universidad de Puerto Rico – Madrid 1982.
- Rodríguez, José Miguel - Globalización y Consecuencias Empresariales. Algunas consecuencias sociales. Madrid - Abril 2002
- Material bajado de Internet:
 - La Ética Empresarial Hoy - Valero, José Luis – Lic. en Filosofía de la UNIVA y Mgter. en Administración de Empresas. Especialista en Administración de Recursos Humanos en el Bco. Bilbao Viscaya.
 - Código de Etica del Empresario – Cámara de Comercio de Bogotá – Colombia
 - Los Negocios y la Etica – Cotton, Ray – Mgter. En Administración de Empresas y Ciencias de la Administración – University of Northen Colorado. EE.UU.
 - ¿Cuándo lo legal no es bueno y lo ilegal no es malo? – Verna, Gérard – Departamento de Management – Facultad de Ciencias de la Administración – Universidad Laval – Quebec – Canadá.
 - LA Etica Corporativa a Comienzos del Siglo XXI – Enderle, George.
 - La Etica y los Negocios – Bertagni, David –Mesa Directiva de ACDE – Encuentro de Empresarios Cristianos – Abril 2002.
 - Globalización y Estrategias Empresariales – Canetti, Elías – Abril 2002.
 - La Etica y la Empresa – López Vidalm, María del Pilar y Campos Nuño de la Rosa, Begoña.
 - Las Tres Edades de la Etica Empresarial – Cortina, Adela.
 - Etica de los Negocios, Economía Global y Educación – Wholihan, John T. – Mercadotecnia Global – mayo 1998.
 - Eso que llamamos Etica – Carvajal, Álvaro.
 - Asociaciones, mafias y corporaciones: la lucha por el poder – Pastor, Marialba – UNAM
 - Rentabilidad y Etica de los Negocios – Fernández Aguado, Javier.
 - La Iniciativa Social de la Empresa – Fernández Barrio, Sonia.
 - La Etica Empresarial de Shell CAPSA.

Ficha del Expositor

<i>Nombre y apellido:</i>	TERESA BISORDI DE GUTIÉRREZ
<i>Tipo de ponencia:</i>	Profesional
<i>Pertenencia institucional:</i>	Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional del Nordeste Maestría en Gestión Empresarial
<i>Dirección:</i>	Av. Alberdi 163 – 3500 - Resistencia Chaco.
<i>Teléfono:</i>	3722 - 420334
<i>Correo electrónico:</i>	tgutierrez@eco.unne.edu.ar
<i>Título del Trabajo:</i>	“ÉTICA Y EMPRESA”
<i>Comisión de Estudio a que pertenece:</i>	Epistemología y Pedagogía de la Administración

ABSTRACT (Resumen Reducido)

Bisordi de Gutiérrez, Teresa – “ÉTICA Y EMPRESA”

Esta presentación es la primera instancia de un proceso de investigación referido a la *ética en los negocios y la determinación de las causas y efectos de su degradación*. Intenta ser una instancia de validación conceptual y definición del marco teórico, a través del que se pretende exponer, en forma concisa, conceptos, proposiciones y relaciones lógicas que hacen a una adecuada comprensión del problema.*

En este contexto, cabe señalar lo que es por todos conocido: que las empresas se desenvuelven como un factor fundamental de la convivencia social, no solamente desde su rol de animadoras de la economía, de proveedoras de recursos materiales destinados a satisfacer las necesidades de los hombres, sino también desde el de promotoras de su autorrealización. Sus decisiones condicionan el presente y el porvenir de la sociedad política, por lo que resulta indispensable que aquéllas se adopten en el marco de la ética y de la honestidad de las costumbres.

En relación a ello, cabría preguntarse que está pasando, hoy, en las empresas; cuál es el factor determinante de la pobreza de muchos, que perdura en medio de la riqueza de pocos. ¿Están estas organizaciones priorizando sus responsabilidades éticas y sociales por sobre la creación de valor para sus inversores? O por el contrario, ¿es este último objetivo el que prima, volviendo sordos y ciegos a sus dirigentes ante los reclamos de la sociedad toda?

* Es de desear que - aún considerando que el mismo es demasiado amplio como para limitar su tratamiento a un diseño investigativo de carácter bibliográfico y de tipo exploratorio o descriptivo – resulte igualmente útil como punto de partida para la organización de una futura tarea investigativa.

Dado que las etapas de una investigación se entrelazan y se complementan, que la actividad de exploración implica la adquisición de nuevos conocimientos que se incorporan al intelecto modificándolo, está claro que hará que enfrentar una tarea de constantes revisiones, de reformulación del problema y que a los efectos de intentar un investigación de carácter explicativo, se deberá ampliar el proceso encarando un diseño de campo que permita acceder a información de índole primaria.