

LA ÉTICA EN LA EMPRESA

Juan Manuel SALDAÑA PÉREZ*

EN EL PLAN DE ESTUDIOS de la carrera de licenciado en Derecho, se encuentran las materias “Derecho Empresarial” y “La empresa y las contribuciones”. En el desarrollo del temario, invariablemente en cada semestre crece la inquietud entre los alumnos sobre el actuar ético de la empresa, entendida ésta como la unidad económica de producción. Así, me parece conveniente escribir algunas líneas respecto a un tema tan controvertido y que se presta para ser analizado desde múltiples perspectivas.

Por lo general, en el contexto de un mundo globalizado, la gente piensa en la ética en relación con las acciones individuales. Existen razones de importancia por las cuales la ética en las acciones de las empresas tiene importancia. Así, la postura ética de un individuo se ve afectada por la postura de los grupos con los cuales está asociado; por ejemplo, el carácter moral de alguien puede verse afectado negativamente por su asociación con una firma que actúa inmoralmente. Aunado a lo anterior, los valores éticos de una organización influyen en modo considerable en su capacidad para desempeñarse eficientemente en el mercado.

Al efecto, veamos el siguiente supuesto: I, II y III son comerciantes independientes que comparten los mismos locales, por lo demás actúan con independencia entre sí. Imaginemos que I malinforma a un comprador respecto de la calidad de cierta mercancía, pues sabe que está en malas condiciones y se la vende como si fuera de primera. Es claro que I ha actuado sin ética, y que II y III no están involucrados en esta inmoralidad. Dependiendo de las circunstancias, II y III eventualmente tendrían alguna responsabilidad de advertir al comprador, pero esa responsabilidad será hasta cierto punto mínima.

* Profesor y Director del Seminario de Estudios Sobre el Comercio Exterior de la Facultad de Derecho de la UNAM.

Veamos ahora una situación en donde A, B y C son socios en una empresa. B y C se enteran de que A, actuando a nombre de la sociedad, intenta defraudar a un cliente en forma similar a la que I practicó en el ejemplo anterior. Ahora B y C están involucrados en la inmoralidad de A y tienen una responsabilidad dado el carácter societario del Derecho mercantil. En consecuencia, están obligados de hacer lo que razonablemente puedan para evitar que A lleve a cabo dicha operación. Si el fraude se hubiera consumado ya, tendrían la obligación, dentro del carácter societario que tengan, para que la sociedad repare el daño al cliente. Incluso si A no quiere o muere, tendrían la obligación de restituir la pérdida del cliente a partir de los activos de la sociedad.

Si bien el caso que ilustro es sencillo, principios similares son aplicables a mayor escala. Por ejemplo, explican porqué las autoridades actuales de Japón sienten que es su obligación pedir disculpas públicas por su país a causa de las acciones del ejército durante la Segunda Guerra Mundial, una época en la que las personas que ahora piden disculpas tendrían dos o tres años de edad, y pagar compensación monetaria a algunas víctimas con los fondos públicos de Japón (la gran mayoría de los japoneses vivos hoy en día no habían nacido hace cincuenta años); o por qué las autoridades alemanas todavía sienten que Alemania tiene obligaciones especiales con los judíos.

Los principios que se ponen en juego en estas situaciones deben entenderse a la luz de la axiología general, pero también de la ética jurídica. No tratamos de argumentar que uno podría actuar inmoralmente sin conocimiento ni intención, ni que los agravios de los padres podrían trascender a los hijos, sin que medie opción alguna en estos últimos. Ello sería un punto de vista muy cuestionable.

Los temas referidos son más sutiles. La raíz de lo planteado estriba en el hecho de que ciertas responsabilidades individuales derivan de que un individuo pertenece a cierta comunidad, y esas responsabilidades no existirían si tal individuo no perteneciera a ese grupo comunitario, al decir de Recaséns: En el Derecho internacional público, se estima como un principio (*jus cogens*) la reparación del daño por parte del vencedor, respecto al país vencido. El ejemplo más significativo lo tenemos en el Plan Marshall, que implicó la reconstrucción de la Alemania devastada, así como de Japón.

Así, una de esas responsabilidades es hacer lo que uno, dentro de un margen razonable pueda, influir para definir las políticas y acciones de los entes corporativos a los que uno pertenece, a fin de que sean éticas. Otra, es que

dichos entes asuman la responsabilidad moral de restituir o compensar que puedan tener como tales, incluso si se generan gastos de recursos actualmente escasos, o resultara que ya no están presentes los socios cuyas decisiones provocaron el daño que ahora tiene que compensarse.

Otra perspectiva axiológica es separarse de una sociedad cuyas prácticas carecen de ética, incluso si uno no hace nada contrario a la ética. Considero que ninguna de estas responsabilidades es absoluta, y es posible que se tenga la obligación de dar, hacer o ambas, dadas las circunstancias del caso y de las responsabilidades específicas de la persona moral, y de los socios, pero todas ellas son reales, y deben de tomarse en cuenta con seriedad.

A fin de cuentas siempre regresamos a las responsabilidades de los seres humanos de actuar o dejar de actuar en determinada forma y que estas responsabilidades, sólo pueden ser rotas por individuos que saben lo que hacen y deciden actuar de esa manera. En tal sentido, la inmoralidad es algo radicalmente personal y no transferible.

También debería quedar claro que una importante responsabilidad de los individuos es la cuidadosa selección de los grupos a los cuales se llegan a asociar. En específico, desde un punto de vista ético, una de las decisiones más importantes de un profesional de la empresa es decidir si va a trabajar para cierta compañía. Como alguien dijo con cierto humor: “No puedes decir que actúas muy éticamente y luego aceptas trabajo en la mafia”. Sin duda alguna, es una responsabilidad ética del ejecutivo investigar la firma que pretende contratarlo por lo menos con el mismo detenimiento con el que la mayoría de las organizaciones investigan a los candidatos potenciales. Si la investigación arroja que la organización carece de ética, lo que hay que hacer es buscar otro trabajo.

Entre los cuestionamientos fundamentales que debe hacerse la empresa es ¿cómo afectan los estándares éticos de la empresa su eficacia en cuanto agente económico?, ¿qué impacto se da en la misma el ser honrado? Algunos afirman que la ética está bien desde el punto de vista de sostener los propios estándares de uno, pero que desde el punto de vista de la eficacia empresarial, no cambia las cosas en forma alguna. Sustentan esta opinión apuntando que generalmente las organizaciones que parecen honradas no tienen éxito en los negocios, en tanto que las organizaciones que ignoran lo ético pueden ser bastante lucrativas.

Resulta imposible negar tales apreciaciones. No obstante, lo único que nos dicen es que la honradez, por sí misma, no garantiza el éxito en los

negocios. Pero hay que recordar que una estrategia útil es el servicio constante a los consumidores y un manejo financiero de primera, cada uno por sí mismo tampoco nos da certeza de éxito en los negocios. El buen resultado en los negocios es el producto de una compleja interacción de muchos factores. Cualquier factor sólo puede contribuir a él, pero de ninguna manera garantizarlo.

De lo anterior se desprende el siguiente planteamiento, ¿un comportamiento consistentemente ético por sí mismo contribuye positivamente al éxito en los negocios? En principio, sí al fomentar ingredientes clave para ese éxito: el comportamiento ético coadyuva a la buena reputación de una firma y a que otros grupos se muestren dispuestos a confiar en ella; esto promueve la dedicación de los empleados al éxito de la empresa, lo que contribuye al éxito en los negocios.

Tratándose de nuevos productos o servicios, las estructuras organizacionales, las políticas de compensación, la explotación de nuevos mercados, la posesión de activos valiosos: todos estos son factores que pueden dar una ventaja competitiva. Pero a menudo el competidor los puede imitar con facilidad. Por el contrario, factores como la confianza, la dedicación y la buena reputación, en virtud de que surgen de una organización empresarial, otorgan ciertas ventajas competitivas que tendrán una duración en tanto se continúe con dichos lineamientos en la empresa.

Lo que tal vez requiera un análisis más profundo es cómo la reputación, la confianza y la dedicación se relacionan con una organización que actúa en forma ética.

La empresa va conformando una reputación que en buena medida depende de sus acciones pasadas con quien se relaciona en el transcurso de su vida mercantil. No sólo ostenta una reputación, buena o mala, entre sus clientes, empleados, inversionistas, proveedores y distribuidores presentes y potenciales; también funcionarios del gobierno, legisladores, medios de comunicación y, el público en general la percibirán de cierta manera. En tanto que sus acciones hayan procurado persistentemente intereses de todos los implicados en el ciclo económico; la empresa se habrá ganado la confianza de muchos de aquellos con quienes se relaciona y le será más fácil entrar en relaciones productivas. En la medida en que sus acciones sólo hayan reflejado los intereses de los individuos que controlan la firma, su reputación será pobre y otros grupos más bien desconfiarán de ella.

Aún así, hay múltiples áreas de actividad empresarial donde las condiciones anteriores no se aplican y, por lo tanto, la gente no estará dispuesta a entrar en relaciones de negocios con una empresa que no tenga buena reputación (al menos si tiene otra alternativa), o donde cabría la posibilidad de pagar un suplemento por tratar con una empresa confiable.

Si nos referimos al factor “trabajo” en la empresa, la eficiente y honesta dedicación de los empleados contribuye indudablemente a su éxito en el objeto o fin. Ésto se manifiesta por la disposición de los empleados a consagrar su esfuerzo para lograr los intereses comunes de la empresa en lugar de trabajar únicamente en beneficio exclusivo de sus propios intereses, a costa de la firma. Pero también hay que considerar no sólo el trato justo a los trabajadores; sino ir más allá, brindarles un trato equitativo, con fundamentos éticos sólidos, privilegiando una convivencia sana entre el “trabajo y capital”.

El concepto de dedicación por las metas comunes es muy claro en los deportes de equipo. Algunos buenos jugadores actúan en equipo, su objetivo es contribuir al rendimiento del mismo y están dispuestos a pasar el balón al compañero que esté mejor ubicado en el terreno. Otros jugadores son “egoístas” y se centran en anotar tantos y elevar su reputación individual. La cultura de cualquier equipo hace énfasis en el logro personal o en el rendimiento del equipo. Como muy bien saben los aficionados a los deportes, en igualdad de condiciones, los equipos que juegan como equipos suelen superar a los otros.

Los estándares éticos de una empresa, así como la dedicación de sus empleados al bien común de ella, presentan una clara relación. Así, las actitudes de los directivos y primeros niveles en la empresa cuentan sustancialmente, de manera que el planteamiento “hacer lo mismo que te hacen” es una respuesta natural al carácter de los objetivos empresariales, ya que ¿por qué habrían de sacrificar los empleados sus intereses individuales, si otros son los que se enriquecen? Tratándose de una empresa con principios éticos, los empleados tendrán razones para contar con la certidumbre de que si la misma prospera, ellos tendrán su parte en esa prosperidad.

Hay otro factor de importancia por el cual los empleados de organizaciones éticas mostrarán mayor empeño: ellos contarán con razones para sacrificar sus propios intereses individuales en algunas ocasiones, pues los objetivos de la empresa no estarán limitados a maximizar las utilidades de una persona o de un grupo de ellas (accionistas), sino que incluirán objetivos valiosos por sí mismos, como el de satisfacer algunas necesidades genuinas

de un conjunto de clientes, fomentar la satisfacción humana de los que trabajan en ella, y en ese contexto, tales objetivos pueden motivar los sacrificios personales con mucha mayor viabilidad.

Así, por ejemplo, la empresa farmacéutica Merck, que en su manual operativo interno afirma llanamente: “Estamos en el negocio de preservar y mejorar la vida humana. Todas nuestras acciones han de medirse por el éxito que tengamos en el logro de esa meta”.

En esta perspectiva, no sólo las empresas farmacéuticas, que literalmente implican una diferencia entre la vida y la muerte mediante sus actividades, deben hacer énfasis en tales objetivos de servicio. Las firmas que realizan actividades diferentes también pueden intentar hacer ver a sus empleados en qué contribuyen a sus clientes, y la diferencia que ello representa. J. W. Marriot Sr., fundador y presidente de Marriot Corporation también trató de hacer ver a los empleados de su emporio el impacto que Marriot Co. podía tener en el bienestar de sus clientes: “El negocio de los servicios... hace una gran contribución a la sociedad. Una buena comida lejos de casa, una buena cama, el trato amistoso... Es importante hacer sentir a la gente que está lejos de casa, que se encuentra entre amigos y de veras se les aprecia”.

En conclusión, en los párrafos anteriores, y dada la limitación del espacio, he perfilado unas notas introductorias con el propósito de desarrollar un artículo mucho más amplio, toda vez que se trata de un tema actual, siempre controvertido en el marco de la ética jurídica.

BIBLIOGRAFÍA

ARGANDOÑA, Antonio, *La ética en la empresa*, Madrid, Instituto de Estudios Económicos, 1994.

ELEGIDO, Juan, *Fundamentos de ética de empresa*, México, Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE), 1998.

LASTRA, Manuel, *Fundamentos de Derecho*, México, Porrúa, 2001.

RADBRUCH, Gustavo, *Introducción a la Filosofía del Derecho*, México, Fondo de Cultura Económica, 1985.