

**La importancia de la ética empresarial como aspecto determinante del éxito  
o fracaso de una empresa**

**Paola Pedraza París**

Trabajo como requisito para optar por el título de Profesional en Negocios  
Internacionales

**Universidad Santo Tomás de Aquino**  
**Facultad de Negocios Internacionales**  
**Tunja, Colombia**

2019

**Resumen**

Las empresas son actores clave en la economía nacional e internacional puesto que son estas las que aumentan la competitividad regional e impulsan el crecimiento económico local. En este artículo se pretende mostrar que la ética empresarial se transforma en un requerimiento básico para mantener buenos resultados con el paso del tiempo. Por otro lado, el presente aporta mediante un punto de vista crítico sustentado en casos puntuales e investigación documental, cómo la omisión o implementación de la ética empresarial influye directamente en el éxito o fracaso de una compañía.

**Palabras clave**

Deontología, profesión, competencia económica, administración de empresas, toma de decisiones.

**Abstract**

Companies are key players in the national and international economy because they increase regional competitiveness and boost local economic growth. This article aims to show how business ethics becomes a basic requirement to maintain good results over time. On the other hand, the present provides through a critical point of view based on specific cases and documentary research, how the omission or application of business ethics directly influences the success or failure of a company.

**Keywords**

Deontology, profession, economic competition, business administration, decision making.

*“Para que los hombres den un solo paso para dominar la naturaleza por medio del arte de la organización y la técnica, antes tendrán que avanzar tres en su ética.”*

- ***Friedrich L. Freiherr von Hardenber***

## **Introducción**

Actualmente el mundo empresarial es muy competitivo en muchos sentidos y ha dejado de enfocarse solamente en la actividad económica, puesto que ahora la sociedad es más crítica y consciente que antes respecto a los problemas que puede generar una compañía a la comunidad. Lo anterior ha hecho que las empresas den trascendencia a elementos más específicos respecto a cada uno de los procesos y áreas de su actividad en búsqueda de la excelencia y la calidad frente al ojo público; el buen nombre comienza a jugar un papel indispensable.

Una de estas actividades y de las más conocidas es la implementación de ejercicios de responsabilidad social empresarial. Este es un término que abarca diversos puntos o dimensiones, como propone Vives: El externo, que contiene la relación de la empresa con la comunidad; El interno, donde incluye la relaciones laborales, la ética y el gobierno corporativo; y la Medioambiental, en la que se enfocan las acciones que reduzcan el impacto ambiental (Vives, 2018), pero cuyo fin es el mismo para todos: lograr una conducta ética en las actividades corporativas, también llamada “ética empresarial”.

De esa forma, la preocupación por la Ética Empresarial radica en la demanda social ante las cotidianas acusaciones hacia las empresas que se consideran “inmorales”. Así, sus reflexiones se han orientado a evitar que se repitan estos hechos y promover una comprensión de su práctica en la organización empresarial (Martínez Herrera, 2011).

Esta filosofía ha creado interés en que las compañías de todos los tamaños se comprometan con una forma moralmente “correcta” de hacer su trabajo. Al ser esta una tendencia actual en el ámbito empresarial de todos los sectores, para que las

empresas sean económicamente sustentables y logren utilidades duraderas, deben considerar el aspecto social, medioambiental y económico en sus acciones (Sawyer & Evans, 2018).

Ahora bien, ¿cuál es la importancia de la implementación u omisión de las prácticas éticas en los resultados reales de una compañía? El objetivo principal del presente trabajo es explicar cómo actualmente la ética empresarial es un aspecto determinante, cuya aplicación u omisión influye en el éxito o fracaso de una empresa. Toda esta investigación y reflexión se basan en el estudio de la ética profesional vista como filosofía, desde sus orígenes hasta su situación actual en el ámbito empresarial, enfatizando en el concepto en los elementos de la cultura organizacional de acuerdo a la experiencia personal del autor que, con el desarrollo de su práctica empresarial, generó un conjunto de aprendizajes y conocimiento que es pertinente compartir de forma tal que el lector logre comprender su importancia.

El artículo está organizado de forma deductiva, en el que se puede identificar en primera instancia el origen de la ética y su enlace con el ámbito profesional, además de los principales elementos de la ética profesional que influyen en el éxito de las empresas. Se incluye también una revisión de qué prácticas son consideradas éticas, tomando algunos casos como ejemplo. Se habla además de la responsabilidad social empresarial en la actualidad, haciendo énfasis en la dimensión interna de la misma. Finalmente se encuentra una evaluación subjetiva pero apoyada en casos y experiencias que concluye cuál es la importancia de la implementación u omisión de la ética profesional puede afectar en el éxito o fracaso de una compañía y el sostenimiento de este a lo largo de los años.

## LA ÉTICA PROFESIONAL Y EMPRESARIAL

Las primeras conductas morales se dieron en las civilizaciones antiguas, en las cuales era importante establecer ciertas reglas “básicas” para evitar conflictos. Desde que los hombres viven agrupados, la conducta de regulación moral ha sido necesaria para el bienestar de la comunidad (Pérez & Velasco, 2007). Con el paso del tiempo, este proceder fue evolucionando, logrando estructurarse y, de esta manera, surgió el término “Ética”.

Existen muchas definiciones de esta palabra, pero una de las más objetivas puede ser atribuida a Sánchez Vázquez (1969), quien la define como la teoría o ciencia del comportamiento moral de los hombres en sociedad, es decir, una ciencia de una forma específica de la conducta humana.

Cuando se habla de ética, comúnmente se asocia a la medición de si una acción humana es buena o mala, correcta o incorrecta a la luz de los valores morales de la cultura en que se vive (Sánchez Vázquez, 1969). La ética entonces está directamente relacionada con la excelencia del ser humano, a su calidad como persona y a su integridad.

El presente artículo se concibe la ética como una ciencia filosófica que da un tratamiento casi científico a los problemas morales y, de acuerdo con esto y siguiendo la perspectiva de Sánchez Vázquez, se ocupa de un objeto: El sector de la realidad humana que llamamos moral, y que se constituye como un conjunto de hechos o actos humanos. Sin embargo, al hacer el análisis sobre el trabajo de práctica, este término debe enlazarse directamente con la profesión y su posterior influencia en las empresas.

La cultura siempre ha asumido ciertas actividades como “profesiones”, en las que la persona se consagra o compromete con cierta actividad y sus principios. Es por esta razón que la profesión aparece como una proclamación pública, una actividad abierta que tiene el respaldo de la sociedad (Polo Santillán, 2003). En este contexto la ética, al ser inherente al ser humano, estudia muchas de sus aristas y, en este

artículo, la rama de la ética que se pretende analizar primero es la “ética profesional”, enfoque que combina los dos términos anteriormente expuestos.

La expresión “ética profesional” tal y como se usa actualmente se remonta solo a la década de los setenta en Estados Unidos, aunque hunda sus raíces en la Antigüedad (De George, 2013). El crecimiento económico de esta época dio paso al auge de las grandes empresas, que a su vez empezaron a ser criticadas públicamente en términos morales. A partir de este momento, es un término que se ha venido adaptando a la cultura empresarial y a las comunidades, adquiriendo relevancia con el pasar de los años.

Cuando requerimos los servicios de un profesional, esperamos de él no sólo competencia (dominio de los conocimientos teóricos y prácticos de su profesión), sino también una utilización adecuada de esa competencia, una conducta profesional ética (Hirsch Adler, 2003). Este es un aspecto que no sólo los clientes de una empresa buscan, sino también la comunidad en general, término que abarca detractores de la empresa, clientes potenciales, accionistas, sindicatos, medios de comunicación, etcétera.

Es por esta razón que las normas morales del profesional no sólo deben tratarse como mínimos legales que está obligado a cumplir, sino que promueven las virtudes o excelencias de las acciones, elementos necesarios para lograr los fines específicos de una profesión (Polo Santillán, 2003). De acuerdo a lo expuesto anteriormente, se puede decir que el fin de la ética profesional no es ninguna imposición de normas, sino que es un medio que evita que la esencia de la profesión sea viciada; su carencia evita que una profesión se desarrolle correctamente y de esta forma se afecte la actividad empresarial en la que participa el profesional.

En efecto, la ética profesional conlleva a la ética empresarial, que es la aplicación de los valores morales y los principios éticos al ámbito específico de la empresa (Martínez Herrera, 2011). Martínez explica también que existe un paradigma de valores y principios para este tipo de ética, siendo el primero de estos el que alude la presente investigación y reflexión: La actividad empresarial ética y su influencia en los resultados de la compañía en la que se presente dicha actividad.

## PRÁCTICAS CONSIDERADAS “ÉTICAS” EN EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS

La ética, como se ha expuesto anteriormente, no es algo exactamente cuantificable. Es un término subjetivo y de percepción por parte de otras personas y comunidades hacia el comportamiento de una persona o, en este caso, compañía. Sin embargo, existen algunos temas que se tratan con mucha frecuencia dentro del ámbito empresarial, comercial y de negocios que pueden afectar de forma real a una compañía<sup>2</sup>:

- Toma de decisiones, en el que se destaca el poder, ya sea negativo o positivo, de la alta gerencia y/o presidencia en una compañía en cuanto a este tema.
- Privacidad y secretos comerciales, donde se exalta la importancia de la creatividad propia de una idea de negocio y la protección de su *know how*<sup>3</sup> frente a terceros.
- Derechos de los empleados, que se refiere al comportamiento correcto con nada más y nada menos que los “primeros clientes” de la compañía.
- Salud ocupacional y seguridad, en lo que concierne a prácticas adecuadas para garantizar la seguridad y calidad en procesos operativos en las empresas, no sólo con respecto a los clientes, sino a los empleados también.
- Mercadeo y publicidad, aludiendo así a las prácticas engañosas que son tan comunes en la actualidad en los medios de comunicación.
- Finanzas, en las que se incita a ser transparentes o no corruptos con este tema.

También existen en la actualidad índices públicos que ponen en evidencia el nivel ético de las organizaciones en muchos países. Algunos de los más importantes son:

---

<sup>2</sup> Los temas que se exponen fueron organizados y explicados por John Boatright en su libro “Ética y la Conducta de los Negocios”. Se eligen los más significativos dentro del contexto del artículo. (Boatright, 1997)

<sup>3</sup> Definición de diccionario de *know how*: Conjunto de conocimientos técnicos y administrativos que son imprescindibles para llevar a cabo un proceso comercial y que no están protegidos por una patente.

## **1. Índice FTSE4Good de Ética Empresarial.**

Este índice (FTSE Russell, 2018) está diseñado para medir el desempeño de las empresas que demuestran prácticas sólidas respecto al Medio Ambiente, Social y Gobernabilidad (ESG por sus siglas en inglés). La gestión transparente y los criterios ESG claramente definidos hacen que los índices FTSE4Good sean herramientas adecuadas para ser utilizados por una amplia variedad de participantes en el mercado al crear o evaluar productos de inversión sostenibles. Los índices FTSE4Good se pueden usar de cuatro formas principales:

- Productos financieros: como herramientas para la creación de inversiones de seguimiento de índices, instrumentos financieros o productos de fondos centrados en inversiones sostenibles.
- Investigación: para identificar empresas ambiental y socialmente sustentables.
- Referencia: como una norma ESG global transparente y en evolución en la que las empresas pueden evaluar su progreso y sus logros.
- Evaluación comparativa: como un índice de referencia para realizar un seguimiento del rendimiento de las carteras de inversión sostenibles.

## **2. Ranking “Ethisphere”**

El Instituto Ethisphere es el líder mundial en la definición y avance de los estándares de prácticas comerciales éticas que fomentan el carácter corporativo, la confianza en el mercado y el éxito empresarial. Tienen una amplia experiencia en la medición y definición de los estándares de ética fundamentales mediante el uso de información basada en datos que ayudan a las empresas a mejorar el carácter corporativo y creen que la integridad y la transparencia afectan la confianza del público y la línea de fondo de cualquier organización (Ethisphere, 2018).

Este ranking usa el “Cociente Ético de Ethisphere” para medir a las compañías y crear de esta forma un ranking anual de las compañías más éticas del mundo.



El “Cociente Ético de Ethisphere” (Ethisphere, 2018) es un sistema de clasificación propio que recoge y anota objetivamente la percepción de los datos en cinco categorías ponderadas. Las preguntas incluidas en el Cuestionario de ética se revisan y actualizan periódicamente según los cambios en las regulaciones, las expectativas y las mejores prácticas. Se requiere documentación de respaldo de cada empresa para ser considerada como una de las “Compañías más éticas del mundo”.

Los puntos que se evalúan y suman un 100% (según Ethisphere) son:

- Programa de cumplimiento de ética (en un 35%), que involucra la estructura del programa, la responsabilidad y fuentes, la vigilancia del programa, los estándares, entrenamiento y comunicación, cuidado necesario, monitoreo y detección, auditorías, aplicación y disciplina.
- Cultura de ética (en un 20%), que estudia los esfuerzos por establecer el tono ético, la frecuencia con la cual la cultura es evaluada y los métodos.
- Ciudadanía corporativa y responsabilidad (en un 20%), que analiza la sostenibilidad, la ciudadanía y responsabilidad social, cuidado del medio ambiente, integración con la comunidad, filantropía corporativa, impacto del sitio de trabajo y bienestar, y compromiso con la cadena de abastecimiento y su vigilancia.
- La gobernancia (en un 15%), que abarca la vigilancia, principios de gobernabilidad y el manejo de riesgo.
- Liderazgo y reputación (en un 10%), que incluye el cumplimiento legal, historial ético, reputación ética en el mercado, premios y elogios ganados, y ejemplos de liderazgo local, nacional y global.

Estos organismos muestran un importante análisis de los datos que se refieren a ética en las empresas a nivel global. También hablan específicamente de principios medibles sobre ética y la enlazan a las empresas mediante ciertas características comunes. Su importancia radica en que generan competencia entre las compañías del mundo para ser cada día más transparentes y justas. Este es un gran valor agregado en una empresa, pues eleva muy alto su reputación. Las prácticas éticas

se vuelven indispensables con el pasar del tiempo para alcanzar y mantener la credibilidad de una empresa.

Lo expuesto anteriormente muestra la forma en que actualmente se estructuran las prácticas éticas, su forma de medirse y su importancia, demostrando que están ligadas a la excelencia y a los estándares de calidad.

## **ÉTICA EMPRESARIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

En los últimos años las empresas han comenzado a dar más importancias al hecho de mantener una conexión saludable entre su renombre y la comunidad a la que pertenecen o afectan. Es así que en una era donde se exige transparencia de forma demostrable, la responsabilidad social empresarial ha sido la solución.

Una empresa puede fabricar el mejor producto en el mercado en cuanto a calidad y precio, pero no le ayuda si recurre al uso de mano de obra infantil, o no respeta los convenios laborales o de protección al medio ambiente (Carol & Zutshi, 2004). Es por esta razón que la responsabilidad social empresarial se afirma como una parte clave en este tema; es la aplicación tangible de la ética en las empresas.

La responsabilidad social empresarial (RSE) es un concepto complejo que abarca, además de la acción social de la empresa, aspectos como la sostenibilidad, el medio ambiente, las relaciones internas de los trabajadores, etcétera, y el desarrollo de estas prácticas “socialmente responsables” son vistas como comportamientos responsables que representan un signo de madurez empresarial (Mababu Mukiur, 2010). En lo que respecta al presente artículo, esta filosofía empresarial no sólo se presenta como una forma de contribuir al desarrollo y a la generación de confianza, sino que se da importancia a los beneficios económicos que se dan a partir de la aplicación de la ética; es bien sabido que esto se demuestra de forma real cada día en compañías a nivel mundial.

La propuesta del organismo Acción Empresarial<sup>4</sup> plantea tres dimensiones principales en la RSE: social, económica y medioambiental, dentro de las cuales definen cinco líneas estratégicas: ética empresarial, calidad de vida laboral, medioambiente, compromiso con la comunidad y mercadotecnia responsable (Acción Empresarial, 2001). Es así que la RSE abarca un buen campo para aplicar medidas moralmente correctas y soluciones éticas para el impacto de esta actividad empresarial que se desarrolla.

Por otra parte, los nuevos paradigmas de responsabilidad social empresarial exigen, no sólo estrategias físicas para conservar el medio ambiente, sino espacios de trabajo de calidad y una cultura organizacional digna. Existen ya estudios (López Salazar G., 2013), en los que se encuentra que los comportamientos responsables en una organización pueden explicarse mediante elementos como la calidad laboral, además de los clásicos “cuidado del medio ambiente” y “mercadeo social”.

Por esta razón, se postula que el capital humano es uno de los grupos de interés en los que las empresas deben apoyar y favorecer su desarrollo profesional y personal, pues son ellos la base del crecimiento empresarial y del posicionamiento en el mercado; además, son los mejores publicistas de la organización (López Salazar, Ojeda Hidalgo, & Ríos Manríquez, 2017). Los primeros clientes de una compañía siempre van a ser sus empleados, sea cual sea su jerarquía, y la ética profesional no es sólo concebida como requerimiento para los trabajadores y el desarrollo de sus actividades, sino para los empleadores, las cabezas de las empresas que son las que se diferencian o no en la sociedad como éticas o no. La calidad también puede medirse en el capital humano de una compañía, y la ética siempre empieza con los individuos que conforman una compañía.

Además, las prácticas profesionales son comunitarias en tres sentidos (Polo Santillán, 2003): Un profesional comparte con otros colegas un lenguaje común,

---

<sup>4</sup> Organización chilena que agrupa a más de 130 empresas decididas a gestionar sus negocios de manera sostenible bajo una lógica de competitividad y sostenibilidad. En Chile, representan al World Business Council for Sustainable Development, y a través de diversas instancias buscan posicionar la sostenibilidad empresarial como una visión de negocios necesaria para la construcción de una sociedad más inclusiva e igualitaria. Obtenido de: <http://accionempresas.cl/nosotros/>

pues pertenecen a un saber especializado que se realiza dentro de comunidades profesionales; la comunidad profesional se convierte en el referente del individuo profesional porque le da identidad y pertenencia; y las profesiones sirven a la sociedad para realizar bienes específicos, pero se hacen de forma institucionalizada.

Igualmente, esta es una unión dependiente de sujetos, en la que cada elemento influye sobre el otro; un mal profesional afecta a la empresa, que a su vez afecta negativamente a la comunidad. Aquí es donde la ética y la responsabilidad social empresarial ejercen su influencia generando cambios trascendentales en las compañías. Un buen profesional afecta positivamente a su empresa, y además puede generar desarrollo en su comunidad.

Cuando una empresa se comporta de manera responsable y ética indirectamente desarrolla una ventaja competitiva que le genera beneficios cualitativos y cuantitativos, reflejados en resultados económicos (Reyno, 2006). La confianza de un cliente es de gran importancia para que se mantenga su lealtad.

Sin duda, es por las razones anteriores, la profesión, la empresa y las comunidades se enlazan de una forma especial e irrefutable y la RSE se especializa en demostrar estas prácticas éticas por medio de sus indicadores.

Cabe destacar que las empresas son un elemento común a lo largo del mundo, existen en todas las sociedades y comunidades en medio de todo tipo de culturas y su impacto es tan importante que es por esto que organismos internacionales como la ONU se han dedicado a fortalecer poco a poco los ideales éticos y justos.

La RSE ya contempla algunas normativas en países europeos, más que todo en aspectos medioambientales de la mano de la ONU (Rodolfo Rodríguez, 2008), por nombrar al más importante, pero es una tendencia que va en aumento y que comienza a abarcar más de los aspectos que contempla en la actualidad. A pesar de que estas prácticas deberían ser voluntarias, siempre se logran mejores resultados con sistemas que permitan el control pero, como con otros conceptos y

temas que han venido siendo necesarios con el avance de la humanidad, los gobiernos y organismos los irán perfeccionando.

Los países desarrollados van imponiendo este ejemplo, y todos comienzan a darse cuenta de sus resultados positivos.

Finalmente es importante destacar que a la vista de las distintas contribuciones se puede constatar como la ética empresarial (y la RSE, que se deriva de ella) es un campo amplio y variado. “Diríamos, en pocas palabras, que es un campo transversal, porque, de alguna forma, aparece en todos los aspectos operativos y de negocio de la empresa” (Fontrodona & Argandoña, 2011).

## **LA INFLUENCIA DEL LIDERAZGO**

Para este punto, es importante destacar el papel clave que tienen los líderes en la implementación de la ética empresarial en cualquier compañía. Como es común en la vida cotidiana, el ejemplo de las buenas conductas viene de la cabeza. Por ejemplo, en una familia es muy difícil que un hijo decida por sí mismo comportarse con respeto si este valor no es enseñado y aplicado a diario por al menos uno de los padres. Este tipo de situaciones pueden llevarse a una escala mayor en una empresa, en la que el rol del hijo puede ser tomado por un empleado de menor rango jerárquico y el del padre por su jefe o líder inmediato.

Un presidente corrupto va a exigir conductas sin ética a sus empleados desde el primer momento, y es aquí donde se enfatiza la fuerte influencia de un buen o mal liderazgo.

El liderazgo negativo es un factor que puede destruir una compañía poco a poco hasta llevar a su desaparición en el mercado, y esto se va a ver representado más adelante con uno de los casos reales elegidos para este artículo.

Contrario a lo anterior, al enfocar el liderazgo en una misión ética se logra un compromiso por parte de todo el equipo de trabajo. Cómo se explicó en una Ted

Talk acerca del “Golden Circle<sup>5</sup>”, esto no sólo traerá una claridad antes impensable en la toma de decisiones, sino que humanizará al negocio ante sus clientes, comenzando con los internos (su fuerza laboral), y expandirá el alcance eventualmente para convertirse en un referente de la industria.

Un empleado satisfecho será el primero en convertirse en vocero de la empresa para la que trabaja. Y esto se reflejará en la calidad de la atención que eventualmente se brindará a los clientes que, como resultado, se sentirán encantados de repetir su experiencia de compra y no dudarán en recomendarla a sus conocidos.

Esta estrategia de liderazgo es usada en empresas como Apple, que siguen siendo al día de hoy referentes globales para las empresas. “La ética nos aproxima a la manera de hacer de las personas. La ética está, estrechamente, ligada al día de las personas y de las organizaciones. Se concreta en las personas de la organización y en la cultura que se crea, diariamente, entre todas las personas pertenecientes a una empresa. No es, únicamente, una declaración de buenas intenciones “colgada” de una web corporativa. Lo realmente importante es “bajarla” de la web y llevarla a la práctica diaria de la empresa. Es lo que hacen los líderes éticos. Se empeñan en bajar al terreno día a día y paso a paso, todo aquello que es clave para su organización y empresa. Están empeñados en ello. Forma parte de su carácter y de su manera de trabajar. Así, ejercen un liderazgo ético.” (Moreno Pérez, 2004). Es de esta forma como finalmente el análisis de la ética empresarial envuelve a cada uno de los roles en una empresa independientemente de su función, pero da mucha de la responsabilidad a los líderes, que son los que al final de cuentas guían a su equipo hacia el éxito o el fracaso.

## **CASOS REALES**

Se ha explicado anteriormente cómo, teóricamente, la ética empresarial expresada mediante la responsabilidad social empresarial, la ética profesional y el liderazgo

---

<sup>5</sup> Charla TED expuesta por Simon Sinek, experto en liderazgo.

ético, es un factor clave en una compañía. Sin embargo, no es del todo comprensible si no se tienen casos puntuales como ejemplos en los que se demuestre la investigación realizada.

A continuación, se presentan algunos casos en los que la ética profesional/empresarial se volvió un elemento determinante en el éxito, crecimiento y desarrollo de una empresa, y la ausencia de ella en su ruina.

a) CASO ZAPPOS: (Bravo, 2015)

Zappos es una empresa estadounidense con sede en el estado de Nevada, ciudad de Las Vegas, que se dedica a la venta de zapatos y elementos de calzado en línea. Se toma como ejemplo puesto que su director general, Tony Hsieh, se concentró en el poder de la comunicación y la cultura corporativa como elemento esencial para lograr los resultados esperados.

Fue fundada en 1999 y vende más de mil millones de dólares al año (Bravo, 2015) Actualmente hace parte del grupo Amazon y sus valores respecto a su cultura empresarial de estilo informal ha demostrado ser la pieza clave para el alcance del éxito.

Hsieh ha enfocado todas sus energías en lograr tener un tema tan complejo e infravalorado como la comunicación bajo control, logrando motivación en su personal que logran afectar directa e indirectamente la situación económica de su negocio.

Debido a todo lo anterior, la empresa ha recibido reconocimiento por compañías a nivel mundial y no precisamente por sus productos. Su peculiar estrategia también ha decidido eliminar jerarquías gerenciales a la hora de tomar decisiones, manteniéndose siempre abiertos a las opiniones honestas y sinceras de los trabajadores para así poder desarrollar políticas de ventas y atención al cliente que fomenten el crecimiento empresarial, además de propender por un excelente entorno laboral que premia la integridad del personal.

La teoría manejada por Hsieh ha sido implementada en otros espacios de diversas compañías como QUIFEMA, Textil Col, CNEL, entre otras, además de ser abordada y posteriormente estudiada por especialistas que corroboran su efectividad.

Finalmente, este caso evidencia, además de su enfoque hacia la comunicación, un modelo de liderazgo, demostrando con esto que de un gerente depende el desarrollo y crecimiento de una empresa. Zappos es ahora una empresa en la que las personas desean trabajar y sigue manteniendo sus éxitos con el paso de los años.

b) CASO ODEBRECHT: (Hernández García, 2017)

Odebrecht, una de las empresas líder en el sector de la construcción en Sudamérica, se vio implicada en un escándalo transfronterizo de corrupción el pasado 21 de diciembre de 2016.

Saltaba la noticia en los medios de todo el continente: el Departamento de Justicia de los EE.UU. señalaba a cargos públicos de hasta 12 países por haber cobrado sobornos a cambio de adjudicaciones de contratos millonarios en favor de esta compañía. Algo que la misma trató de ocultar mediante una contabilidad opaca bajo el nombre de “Sector de relaciones estratégicas”, iniciada hacia finales de los 80. Este asunto salió a la luz gracias a una denunciante de corrupción, Concepción Andrade. La primera secretaria del nombrado departamento, quien decidió guardar una copia de los registros de esta contabilidad tras su despido en 1992 para entregárselos años más tarde a la justicia brasileña.

Según los documentos publicados por el Departamento de Justicia de Estados Unidos, entre el 2001 y el 2016, Odebrecht pagó aproximadamente USD 788 millones en sobornos para la obtención de contratos asociados a más de 100 proyectos en doce países, incluyendo Angola, Argentina, Brasil, Colombia, República Dominicana, Ecuador, Guatemala, México, Mozambique, Panamá, Perú y Venezuela; obteniendo beneficios aproximados de USD 3.336 mil millones (Guzmán Castaño, 2018). Cabe destacar que la exorbitante cifra pagada en sobornos sólo fue un cuarto del valor total de sus beneficios.



Este caso ha salpicado al propio presidente de Odebrecht, quien en colaboración con la justicia ha permitido conocer las conexiones en el proceso de líderes como Michel Temer, Dilma Rousseff, Lula da Silva, Alejandro Toledo, Juan Manuel Santos, Ricardo Martinelli, Mauricio Funes Alan García, Ollanta Humala, Pedro Pablo Kuczynski, Keiko Fujimori, entre otros.

En la actualidad, la constructora Odebrecht no sólo ha perdido de forma rotunda su renombre, sino que ha llevado a cientos de empresas que hacían parte de sus proveedores a la quiebra. Aunque en algún momento fue un gran ejemplo de éxito empresarial, hablando de la parte económica, en estos momentos se desmorona poco a poco, acabando por ser declarada por el Banco Mundial como constructora en su lista negra. Sus actividades sin ética arrojan resultados que van en efecto dominó: Empresas en quiebra, corrupción, desempleos masivos y demás.

Ahora su fama radica en ser la empresa con la mayor red de sobornos de la historia, dejando una estela de perjuicios para sus socios y empleados.

c) CASO NINTENDO: (Wei, 2018)

Todos conocen esta empresa japonesa dedicada a los videojuegos y consolas electrónicas. Desde sus humildes comienzos en 1886 como manufacturera de mazos de cartas y gracias a la constante innovación, inversión en calidad, inversión y diversificación, Nintendo ha evolucionado con el pasar de los años hasta convertirse en una de las empresas líderes a nivel mundial dedicada a los videojuegos, habiendo vendido para 2015 y desde 1983, más de 4,6 billones de juegos electrónicos y aproximadamente 725 millones de consolas alrededor del planeta.

Esta compañía ha dedicado su actividad a la calidad, construyendo una íntima relación con su base de clientes, construyendo una comunidad, tanto interna como externa que consecuentemente y consistentemente genera más utilidades.

El sector de los videojuegos, con el paso de las décadas, ha visto el forzado cierre de muchos estudios o de despidos masivos en sus épocas de crisis. Gigantes como

Sega o Sony no han sido excepciones, pero Nintendo en sus tiempos de mediocres resultados financieros, ha mantenido siempre su mismo plantel de trabajadores.

El anterior presidente de Nintendo, Satoru Iwata, ha respondido a varios medios acerca de esta importante decisión, e incluso ha revelado que en los momentos más difíciles ha optado primero por reducir su sueldo al mínimo antes de despedir a uno solo de sus trabajadores. Iwata ha dicho: “Al reducir el número de trabajadores con la excusa de mejores resultados financieros a corto plazo, la moral de los trabajadores va a disminuir. Personalmente, dudo que un equipo pueda desarrollar proyectos que impresionen a la gente si temen a los despidos. Sé que algunas compañías optan por reestructurar sus fuerzas de trabajo para mejorar sus resultados, pero para Nintendo los empleados y sus contribuciones son valiosas en sus respectivos campos, por lo que despedirlos no fortalece las finanzas de la empresa a largo plazo.”

De esta forma, Nintendo demuestra con su historia y las decisiones de su presidente una lección a otros empresarios y emprendedores que un legado puede ser construido con las estructuras y políticas internas correctas, además de un liderazgo éticamente ejercido.

Estos tres casos evidencian cómo se mantiene (y cómo no, en el caso Odebrecht) el éxito empresarial basado en la implementación de los comportamientos éticos a su modelo de negocio. Cabe destacar que los ejemplos anteriores también se eligieron con el fin de demostrar la importancia de la ética profesional y la buena gestión del talento humano de las compañías.

### **¿ES LA ÉTICA UN TÉRMINO VIGENTE EN EL MUNDO EMPRESARIAL?**

Según Melendo (1990), existe una afirmación muy popular en la que se dice que “debe dejarse de lado todo prejuicio ético en el mundo de los negocios”. Por fortuna, esta convicción carece de fundamento, puesto que no está demostrado que los empresarios que no obren de forma ética mantengan vigente su negocio en el mercado de forma indefinida. En este caso, hablamos de comportamientos

contingentes en los que interviene una multitud de factores aleatorios. En este tipo de circunstancias diría Aristóteles, “lo único que puede venir en nuestra ayuda es la experiencia: y ésta tiene valor de principio”.

Como se ha expuesto anteriormente, existen varios casos que expresan claramente que existe una relación entre los empresarios, el éxito empresarial y las conductas éticas referentes a sus compañías.

Debido a esto, la “ética está siendo retratada como un conjunto de principios que deben ser aplicados en las decisiones empresariales” (Painter-Morland, 2008); como resultado, el enfoque ético en una compañía, sea cual sea su tamaño, deja de ser un elemento “supuestamente” inherente a la actividad, sino que se separa y toma importancia tal como para basar los esfuerzos en este aspecto en busca de solidez y credibilidad frente al cliente.

Para este punto puede afirmarse que la transparencia y justicia pueden ser tomadas incluso como estrategia económica, creando redes de confianza de forma interna por medio de empleados y personal, y externa con los clientes, proveedores y comunidades.

Esto demuestra también la importancia de un líder ético, que pueda desarrollar sus actividades y guiar a su equipo de trabajo a los triunfos económicos, sociales y laborales en su compañía. La toma de decisiones es un elemento clave, puesto que se involucran aspectos tanto de carácter humano como de carácter técnico que pueden influir positiva o negativamente en los empleados de una empresa (Amaya Amaya, 2010). Cuando un líder muestra una conducta negativa, se crea una cadena de malos hábitos éticos en las personas a su alrededor.

La imposición y el sometimiento al poder económico y político, distorsionan las actividades sociales, entre ellas las profesionales (Polo Santillán, 2003). Prácticas y actividades empresariales sin ética se han normalizado en nuestra sociedad, pero esto no garantiza el éxito.

Uno de los ejemplos reales más trascendentales en la actualidad del país que involucran la omisión de la ética empresarial se abordó en la sección anterior y es

el caso Odebrecht. La famosa constructora fue la protagonista de un escándalo de corrupción internacional que no solo dejó a la vista la falta de ética de la compañía sino incluso a los gobiernos involucrados.

Con este está claro que poner como pilar a la corrupción sólo dejó una avalancha destructiva para esta importante empresa. La falta de ética en esta empresa fue lo que la hizo crecer tanto, pero también lo que la hizo caer tan rápido; su forma de negocio era insostenible a largo plazo, y el objetivo de una empresa es llegar a una madurez estable en su ejercicio y mantenerse vigente sin fecha de caducidad.

La corrupción es uno de los medios para atentar en contra de ética que directamente afecta el gobierno corporativo de los países y de las empresas, poniendo en entredicho la actuación y las decisiones tomadas por las partes involucradas (Guzmán Castaño, 2018). Esta idea no sólo es válida en empresas de ese tamaño, sino en todo tipo de compañía. Una pyme que empiece a manifestar conductas poco éticas desde su nacimiento puede que sea próspera, pero también puede tener la certeza de que no va a ser competitiva para siempre en el mercado.

Es posible entonces seguir hablando de ética porque los seres humanos, a pesar de nuestros condicionamientos, hacemos opciones fundamentales personales y sociales. La primera se refiere a cultivar nuestro ser, con lo que tiene que ver con el bien personal, la autorrealización o felicidad; y la segunda a tomar la decisión de realizar el bien común. Sin esta última, la existencia social se pone en peligro, puesto que el bien común abarca la realización de las necesidades indispensables para vivir humana y dignamente. La ética tiene que ver con el compromiso de ser buena persona en comunidad (Polo Santillán, 2003).

Pero, ¿por qué hay que ser ético en la dirección de una empresa? Hay tres razones por las que un líder o directivo de cualquier organización debe ser ético (Arangoña, 1994):

1. Por una razón estrictamente personal. Si el hombre debe ser ético en todas sus actividades, también debe serlo cuando actúa en su vida laboral o profesional.

2. La conducta de cada persona influye en la de los demás. Por tanto, en sus acciones debe tener en cuenta cómo ayuda o dificulta a los demás alcanzar su fin: existe una responsabilidad social de cada uno respecto a los demás.
3. La misma actividad de la empresa debe ser ética y el líder debe poner los medios para que efectivamente lo sea. La ética debe formar parte de todo el proceso de toma de decisiones.

El comportamiento ético crea el tipo de reputación y buena voluntad que amplía las oportunidades de una compañía para obtener ganancias (Velásquez, 2006). Esto se ve demostrado con la implementación de RSE en una compañía: la confianza en un modelo de negocio genera fidelidad, y esta puede verse reflejada positivamente en su competitividad.

## CONCLUSIONES

La ética empresarial es un tema transversal al interior de una compañía y la investigación ha permitido que se entienda que influye directamente en sus resultados. Dicho esto, es posible concluir que:

- Se trató la ética profesional, enfatizando en que, sin una base moral sólida, cualquier oficio se ve viciado y cuya aplicación correcta deriva en la ética empresarial, pues esta se convierte en un conjunto al ponerse en práctica en una compañía.
- La importancia de este tipo de ética se ve reflejada en los estándares que se han venido construyendo en el mundo, evidenciados en los rankings de prácticas éticas que involucran aspectos tanto internos como externos, medioambientales y sociales, demostrando así que son relevantes para demostrar la calidad humana de las compañías.
- La Responsabilidad Social Empresarial viene ligada directamente a la ética y es la forma en que es aplicada a las compañías. La ética muestra datos tangibles por medio de sus indicadores y genera una ventaja competitiva. Organismos como la ONU desarrollan actividades con base en esta y en países ya se regula.
- El liderazgo basado o no en la ética empresarial es un clave en el rumbo que tome la compañía y determinará sus resultados. El líder negativo corrompe toda su labor y a todos los involucrados, el positivo exalta a su empresa y la posiciona. Un ejemplo de esto es el caso Odebrecht.
- Los casos de empresas como Zappos y Nintendo demuestran el poder del liderazgo positivo y de los resultados positivos de una compañía que se basa en comportamientos éticos. Son empresas con una larga y reconocida trayectoria que se mantienen en lo alto.
- La ética es vigente en el ámbito empresarial porque es un elemento que la sociedad misma va exigiendo con el paso del tiempo. La confianza del cliente en un modelo de negocio genera fidelidad, y esta puede verse reflejada positivamente en su competitividad.

De esta forma es posible afirmar que la conducta de un empresario define claramente el futuro de su empresa, e incluso puede llegar a limitar sus oportunidades en el mercado.

El tema de la ética no es exclusivo para grandes corporaciones, sino que para que una empresa pequeña que apenas inicia en el competitivo mundo del comercio, como lo es Aloe Button, es necesario centrar la energía de todas las personas que hacen parte de esta en algunos aspectos clave que, personalmente, son decisivos en los resultados que la compañía pueda tener a futuro:

- Liderazgo ético: La cabeza de la empresa, especialmente su fundador o fundadores, deben centrar toda su energía en dirigir, en guiar al equipo de trabajo de forma correcta. Sembrar aspectos como deshonestidad, explotación e indiferencia en una etapa tan temprana del desarrollo de una empresa no derivan en éxito a largo plazo ni un ambiente de trabajo sostenible.
- Compromiso: Un gerente o socio que espere que sus empleados hagan todo el trabajo por él en su propia empresa no es una buena idea, pero evidencia a todo el equipo de trabajo e incluso a sus clientes que la empresa no tiene una razón de ser. El dueño debe ser el más interesado en hacer que su empresa obtenga los resultados deseados.
- Comunicación: Si no existe un canal de comunicación efectiva, el equipo de trabajo se desmotiva y esto tiene como resultado trabajo mediocre y ningún tipo de enfoque real de lo que la empresa requiere con urgencia. Si se tiene uno armónico y en constante ajuste, se logran tener excelentes resultados como se demostró con los casos de éxito anteriormente analizados.
- Transparencia: Saber lo que la empresa espera de sus empleados y lo que estos pueden esperar de la empresa sin ocultar información.
- La honestidad es un valor fundamental que conecta a un equipo de trabajo con la situación de una empresa o negocio y le da la capacidad de que se luche en conjunto por un mismo objetivo.

Finalmente, la ética empresarial es un tema que deja de ser opcional y se vuelve necesario para el crecimiento y sostenimiento de las compañías en el mercado alrededor del mundo y es un trabajo para las grandes empresas, para cada uno de los pequeños negocios familiares, para cada microempresa que espera enfrentarse a un ambiente tan competitivo y quiera lograr tener éxito sostenido a lo largo del tiempo.

El dinero y las utilidades son por mucho la motivación más mediocre de una compañía, puesto que esto no es más que su resultado y es por esta razón que vale la pena que todos los dueños de empresa, los gerentes, socios e incluso las personas con ideas de negocio se pregunten, ¿qué idea o motivo estoy compartiendo con todos mis grupos de interés para generar estos ingresos?



## Referencias

- Acción Empresarial. (2001). Indicadores de Responsabilidad Social. Una herramienta de gestión y evaluación para las empresas interesadas en desempeñarse de forma socialmente responsable. *Acción Empresarial*.
- Amaya Amaya, J. (2010). *Toma de decisiones gerenciales: Métodos cuantitativos para la administración* (Segunda ed.). Bogotá: ECO Ediciones.
- Arangoña, A. (1994). La enseñanza de la ética de la empresa. *Anuario Filosófico*, 745-761.
- Boatright, J. R. (1997). *Ethics and the Conduct of Business*. New Jersey: Pearson Education.
- Bravo, E. L. (Noviembre de 2015). Tony Hsieh gerente de Zappos opina que la comunicación es primordial para el crecimiento de toda empresa. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Carol, A., & Zutshi, A. (2004). Corporate Social Responsibility: why business should act responsibly and be accountable. *Australian Accounting Review*, 31-40.
- De George, R. T. (2013). *BBVA Open Mind*. Retrieved Octubre 2018, from Historia de la ética empresarial: [https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2013/02/Historia-de-la-%C3%A9tica-empresarial\\_Richard-T-De-George.pdf](https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2013/02/Historia-de-la-%C3%A9tica-empresarial_Richard-T-De-George.pdf)
- Ethisphere. (2018). *World's Most Ethical Companies*. Retrieved from <https://www.worldsmoethicalcompanies.com/>
- Fontrodona, J., & Argandoña, A. (2011). Una visión panorámica de la ética empresarial. *Universia Business Review*, 20.
- FTSE Russell. (2018). *FTSE4Good Index Series*. Retrieved from <https://www.ftse.com/products/indices/FTSE4Good>
- García Echaverría, S. (2015). *Perspectiva societario-económica del trabajo: la evolución del mundo del trabajo y su dimensión ético-empresarial*. Madrid: Universidad de Alcalá.

- Guzmán Castaño, N. (2018). *Estudio de caso: Odebrecht*. Medellín: Universidad EAFIT.
- Hernández García, J. (Enero - Abril de 2017). Crónica actual sobre transparencia y corrupción. España: Revista Internacional Transparencia e Integridad.
- Hirsch Adler, A. (2003). Elementos significativos de la ética profesional. *Redalyc (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe)*, 15.
- López Salazar, A. (2013). Hacia la Responsabilidad Social Empresarial de Pequeñas Empresas: Caso México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 6(6), 6.
- Mababu Mukiur, R. (2010). Actitudes de los Empresarios y Directivos hacia la Responsabilidad Social Corporativa. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 14.
- Martínez Herrera, H. (2011). *Responsabilidad Social y Ética Empresarial*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Melendo, T. (1990). *Las claves de la eficacia empresarial: un reto a los empresarios españoles*. España: Ediciones Rialp.
- Moreno Pérez, C. M. (2004). Claves para el liderazgo ético. *Capital Humano*, 88.
- Painter-Morland, M. (2008). *Business Ethics as Practice*. Cambridge.
- Pérez, E. O., & Velasco, J. A. (2007, Diciembre). Variaciones sobre el concepto de ética. *Crea Ciencia*, 4(7), 28-33.
- Polo Santillán, M. (2003). Ética Profesional. *Gestión en el Tercer Milenio*. (12).
- Reyno, M. (2006). RSE como ventaja competitiva (Tesis). Chile: Universidad Técnica Federico Santa María.
- Rodolfo Rodríguez, C. A. (2008). Un acercamiento a la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE), su importancia y requerimientos. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 2(1), 16.
- Sánchez Vázquez, A. (1969). *Ética*. Ciudad de México: Grijalbo.

- Sawyer, J., & Evans, N. (2018). An Investigation Into the Social and Environmental Responsibility Behaviors of Regional Small Businesses in Relation to Their Impact on the Local Community and Immediate Environment. *Australasian Journal of Regional Studies*(16), 253-265.
- Velásquez, M. G. (2006). *Ética en los negocios: Conceptos y casos*. Ciudad de México: Pearson.
- Vives, A. (2018). Social and Environmental Responsibility in Small and Medium Enterprises in Latin America. *Journal of Corporate Citizenship*(21), 39-50.
- Wei, Y. (2018). The Evolution of Nintendo Company. *SJSU ScholarWorks*. Obtenido de <https://scholarworks.sjsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.es/&httpsredir=1&article=1010&context=art108>