

Se necesitan normas éticas, además de buenas personas

Autor/es: Javier de los Santos, Juan Fontrodona
Documento original: Encuesta sobre el clima ético en
la empresa española
Año: 2003
Fuente: IESE Insight - Noviembre 2003

Las empresas que tienen implantado algún tipo de práctica ética han comprobado, por un lado, que esto les lleva a tomar mejores decisiones y conseguir un mayor compromiso de los empleados con la organización. Por otro, aporta un plus en la reputación de la empresa.

Esta es una de las conclusiones de la "Encuesta sobre clima ético en la empresa española" y el grado de implantación de prácticas éticas realizada por el profesor del IESE Juan Fontrodona con la colaboración del también investigador, Javier de los Santos, quienes afirman que "la ética no sirve para cuando hay problemas, sino para evitar que los problemas aparezcan" .

El 60 por ciento de los representantes de empresas que responden a la encuesta considera que en el último año ha aumentado la sensibilidad hacia la ética empresarial, el 56 por ciento asegura que la reputación de su empresa ha mejorado y el 65 por ciento cree que la ética influye en esta evolución. Por otro lado, entre los que disponen de prácticas éticas formales, el 57 por ciento entiende que estas prácticas les ayudan frecuentemente en sus decisiones, y un 41 por ciento piensan que ello ocurre algunas veces.

Los autores del estudio creen que esta mayor sensibilidad hacia una consideración ética puede ser una reacción frente a los escándalos empresariales que han conmocionado a la opinión pública en los últimos meses. También puede deberse a que las empresas tienen una mayor conciencia de la necesidad de responder a las demandas sociales.

Los dos objetivos básicos que las empresas se plantean conseguir con las prácticas éticas son la potenciación de determinados valores que sirvan de guía de conducta en la organización, y la protección de su reputación corporativa.

Al analizar los déficits se detecta que las áreas funcionales donde se plantean problemas éticos con mayor frecuencia son las de Recursos Humanos (27 por ciento), Compras (21 por ciento), y Comercial y Ventas (19 por ciento). En Recursos Humanos es fácil establecer la relación entre las personas y los aspectos éticos, mientras que en los otros dos departamentos la cuestión aflora porque allí es donde pueden darse más casos de corrupción, como sobornos, extorsiones, percepción de comisiones, entrega de regalos, pagos de facilitación, y otros.

Pese al incremento de la sensibilidad hacia la ética empresarial y al reconocimiento de su importancia en el impacto sobre la reputación, existe todavía un 25 por ciento de los encuestados que considera que la ética tiene un papel poco relevante en sus decisiones. Otros argumentan que la razón para no implantar un código ético es que ya hay un compromiso moral suficiente en la organización o que no se han vivido situaciones delicadas.

El 85 por ciento de los representantes empresariales que responden afirma tener algún tipo de práctica ética, y de ellos el 98 por ciento tiene ya documentos formales. El 53 por ciento de las empresas encuestadas cuenta además con códigos de buen gobierno, el documento al que se ha prestado una mayor atención en los últimos meses.

En la actualidad, la responsabilidad del seguimiento de las prácticas éticas depende en casi todos los casos de la alta dirección, si bien la figura de directivos específicamente encargados de velar por la ética es casi inexistente, o en caso de haberse nombrado se integran en otras funciones. Según el 62 por ciento de las respuestas, dicho control corresponde al consejero delegado o director general.

En sentido inverso, se comprueba que la comunicación de las políticas éticas no se hace extensiva a todos los trabajadores, siendo especialmente baja en los niveles inferiores, lo cual dificulta que estas políticas tengan un impacto real en la conducta diaria de los empleados.

El estudio también revela que la mayoría de empresas que ya tienen algún tipo de política piensan en establecer programas de formación, implantar canales de comunicación para sus empleados o incorporar criterios éticos en la valoración del desempeño. En cambio las empresas que no han llevado a cabo ninguna acción hasta el momento piensan redactar algún documento como primer paso para sumarse a los ya activos.

Los autores sostienen que la existencia de documentos formales es el primer paso en la voluntad de hacer presente la ética en la empresa, pero debe continuarse mediante otras prácticas que promuevan un mayor compromiso.