



La ética

¿Concepto o forma de vida?

Es importante que las organizaciones, más que imponer un comportamiento ético, convencan a sus empleados de vivirlo, es decir, pasar de la obligación a la convicción por voluntad propia.

Juan Manuel Torres
Socio Líder de Tips Anónimos de Deloitte

La ética: ¿concepto o forma de vida?

Desde que la ética surgió como concepto, se redefinió el actuar del ser humano en relación consigo mismo y con las demás personas con las que interactúa.

Las personas en su vida diaria se enfrentan a una serie de escenarios y circunstancias (tanto en el ámbito personal como en el profesional); que requieren de una sólida formación en valores que les permita enfrentar los problemas éticos, de manera ordenada y equilibrada. En múltiples ocasiones, para las organizaciones y sus colaboradores, actuar éticamente representa la diferencia entre alcanzar el éxito o llegar a un inminente fracaso.

Hoy en día diversas organizaciones comienzan a conformar su estructura con cimientos basados en los valores organizacionales, así como la forma de actuar y transferir estas acciones con otras personas y organizaciones, sin embargo, aun existen empresas para las cuales “el fin justifica los medios”, y aquí es donde habría que cuestionarse cuál es el rol de la ética en la actualidad.

Para Juan Manuel Torres, Socio Líder de Tips Anónimos de Deloitte México la ética se encuentra con varios obstáculos en su aplicación y se encuentra estrechamente ligada al medio en donde se desenvuelve cada persona, “probablemente si yo soy parte de un medio donde robar es lo común, aunque es malo, mi percepción es que es bueno, puesto que el medio lo valida, aunque en un contexto general, esta práctica no sea ética”.

De igual manera cuando una persona llega a una empresa, aunque ya cuente con una visualización de lo permitido y no, en muchas ocasiones choca con la filosofía de la organización, puesto que no necesariamente los principios éticos en los que se basa serán siempre iguales a los de la comunidad de la cual proviene el empleado.

La ética empresarial retoma valores universales, ante ello, el gran desafío de las empresas del siglo XXI es operar bajo un esquema sustentado en la ética, de tal manera que sus empleados no solo lo adopten, sino que los permeen en su entorno social; puesto que existe la posibilidad de que los principios y valores con los que los empleados conviven desde el entorno familiar coincidan con los de la organización, lo que facilita trabajar coordinadamente. “Sin embargo es importante que las organizaciones y sus líderes prediquen con el ejemplo, señaló el Socio Líder de Tips Anónimos de Deloitte.

No obstante que el convencimiento debe venir por parte de los líderes de la empresa, lo más relevante, y que casi nadie toma en cuenta, es el ejemplo que los profesionales observan en sus pares, ¿se comportan adecuadamente? ¿respetan las políticas de la empresa? Su ejemplo es imprescindible para fortalecer la conducta ética de un grupo de trabajo.

La ética como estructura formal de las organizaciones

Aun hoy en día existen organizaciones que se estructuran con el fin de generar ingresos y/o recursos sin importar la forma en que los consiguen, yéndose por un camino relativamente sencillo fuera de toda norma convencional; sin embargo, contar con una cultura ética sólida permitirá generar esos mismos ingresos, disminuir pérdidas (en caso de haberlas), así como detectar posibilidades de fraude o rotación, emprendiendo acciones que terminan beneficiando al control interno de las organizaciones.

El “robo hormiga” es una acción recurrente dentro de cualquier trabajo, sin embargo, para contrarrestarlo, o bien para convertirlo en una acción en favor de la empresa, es fundamental conocer primeramente las necesidades del empleado. Ejemplos hay muchos, enfoquémonos en uno sencillo: El presupuesto asignado a los gastos de papelería normalmente tiene picos en los meses de junio, julio y agosto, y regresa a sus niveles normales en septiembre, cuando inicia el ciclo escolar. Esta variación no requiere mucha explicación, ya que conceptualmente se “presupuestaría el robo”, sin promoverlo abiertamente.

Con esta acción se fomentan comportamientos no éticos, puesto que las organizaciones abren la puerta para que los empleados tomen artículos de papelería para un uso personal fuera de la empresa. Por otro lado, desde un punto de vista estratégico y de imagen, ofrecer a los empleados un paquete de artículos promocionales de la empresa

con logotipo (bolígrafos, libretas, gomas, etc.) permitiría, por un lado, disminuir el robo hormiga y por otro, cubrir una necesidad de los empleados y fomentar el sentido de pertenencia hacia la organización.

Desafortunadamente, existen miembros dentro de las empresas que continúan realizando este tipo de prácticas, que pudieran considerarse de revancha, producto del entorno social, y más allá del entorno laboral, puesto que en muchas ocasiones los empleados no se sienten co-partícipes de los resultados de los negocios de la empresa; sin embargo, en la medida en que las empresas modifiquen su estrategia con el talento y les ofrezcan ciertos estímulos, beneficios y mejores herramientas de trabajo, dichas prácticas disminuirán y tenderán a cesar.

La adopción de una cultura ética por parte de las organizaciones, no es sencilla, puesto que inicialmente, las empresas deben vigilar el estricto cumplimiento de los lineamientos éticos, mismos que deben haberse establecido previamente en un Código de Ética; mientras que al presentarse comportamientos inapropiados se deben de aplicar sanciones severas para evitar que se conviertan en costumbre.

Con el transcurrir del tiempo y conforme las compañías se vuelven maduras, comienzan, a su vez, a volverse más abiertas en temas éticos, puesto que saben que sus integrantes ya viven la ética como parte de su comportamiento habitual.



El profesional como co-partícipe del comportamiento ético

“Lamentablemente en muchas organizaciones se malinterpreta: lo que no está prohibido, está permitido”.

Juan Manuel Torres

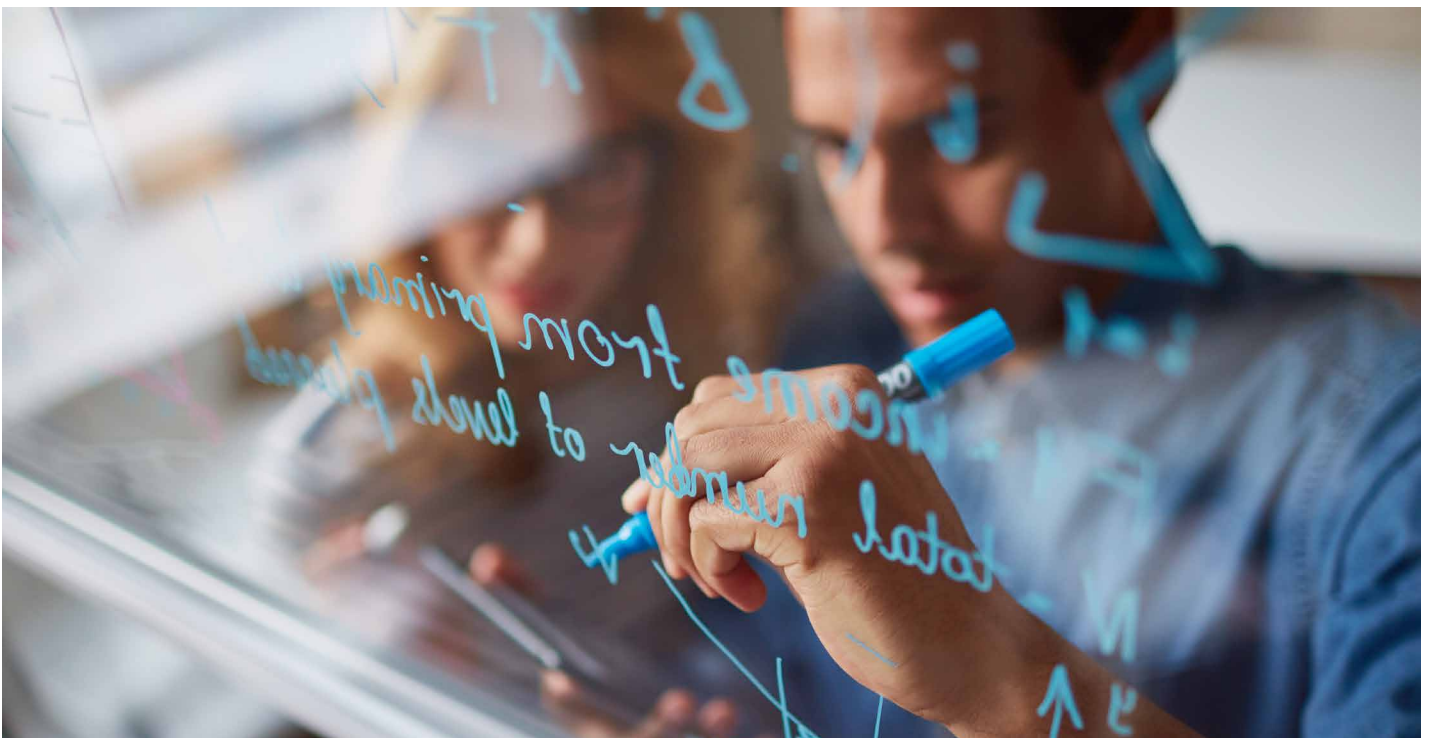
En el terreno profesional los empleados deben sentirse co-partícipes de los logros de la empresa a través de una decisión que provendrá de su convicción ética, más que de una obligación, afirma Juan Manuel Torres, Socio Líder de Tips Anónimos de Deloitte.

Asimismo, los miembros de cualquier organización deben de mantener los más altos estándares de conducta, personal, empresarial y legal, y mostrar respeto a sus superiores, pares y subordinados.

Es importante destacar que un comportamiento anti ético, no sólo involucra a quien lo protagoniza, sino también a aquellos que lo observan, ya que tan culpable es quien comete la falta, como quien calla conscientemente y quien lo permite. Todos ellos, en consecuencia, son co-partícipes.

Ante ello es importante contar con un Código de Ética, lo suficientemente sólido, que permita a la organización y a sus integrantes sentar precedentes sobre cualquier tipo de violación al mismo, así como de los alcances de los integrantes de la empresa, puesto que “lamentablemente en muchas organizaciones se malinterpreta: lo que no está prohibido, está permitido”.

Las organizaciones que cuenten con una cultura ética, por consecuencia se beneficiarán de un mejor control interno; sin embargo, la adopción del Código de Ética deberá estar sustentada en primera instancia, por la implementación de un Comité de Ética, encargado de promover y vigilar el cumplimiento del Código en las organizaciones



El Comité de Ética

En los últimos diez años, las empresas mexicanas han dado un giro importante hacia el buen gobierno, la ética empresarial y la responsabilidad social, no sólo para cumplir con una reglamentación, si así se exige, sino también para adoptar mejores prácticas.

Las empresas deben contar con un sistema enfocado a la cultura ética; lo que implica un proceso de creación y transmisión de valores correctos, diseñados y manejados desde la alta dirección, que a su vez, esté comprometida a respetarlos y mantenerlos en todos sus niveles.

En dicho sistema, el Comité de Ética es el órgano encargado de definir los valores por los cuales se va a regir la empresa, así como la forma en que se difundirán a sus empleados. Asimismo, es el responsable de la emisión del Código de Ética, vigilar su cumplimiento y aplicar las sanciones correspondientes. El Comité debe estar integrado por personas honorables, que tengan el respeto y la confianza de los empleados y con un historial intachable en la compañía.

Las áreas estratégicas del negocio deben estar presentes en el Comité, a fin de involucrarse y atender, si es el caso, de forma integral y efectiva las diversas

problemáticas que se puedan generar. Las áreas de Recursos Humanos, Operaciones, Comunicación, Auditoría y Finanzas deben estar presentes y apoyar en el correcto cumplimiento y difusión del Código de Ética.

El Comité deberá generar un informe periódico de comportamiento ético que explique las medidas implementadas, así como detallar los resultados obtenidos, ofrecer conclusiones y propuestas de mejora, entre otros. La base del informe, junto a la documentación recopilada, será una serie de indicadores del comportamiento ético en la organización.

Algunos de los parámetros de medición que pueden reportarse en los informes del Comité son:

- Nivel de conocimiento del Código de Ética por parte del personal.
- Consultas realizadas al Comité
- Número de intervenciones de Comité, faltas detectadas y acciones correctivas llevadas a cabo.
- Sugerencias de mejora recibidas y puestas en marcha
- Nivel de reconocimiento de la gente respecto al nivel ético de la empresa.

“Una violación al Código de Ética es la misma, tanto para un director, como para un obrero; el problema, sin lugar a dudas, es el acto, independientemente de la posición jerárquica del profesional”.



El Código de Ética

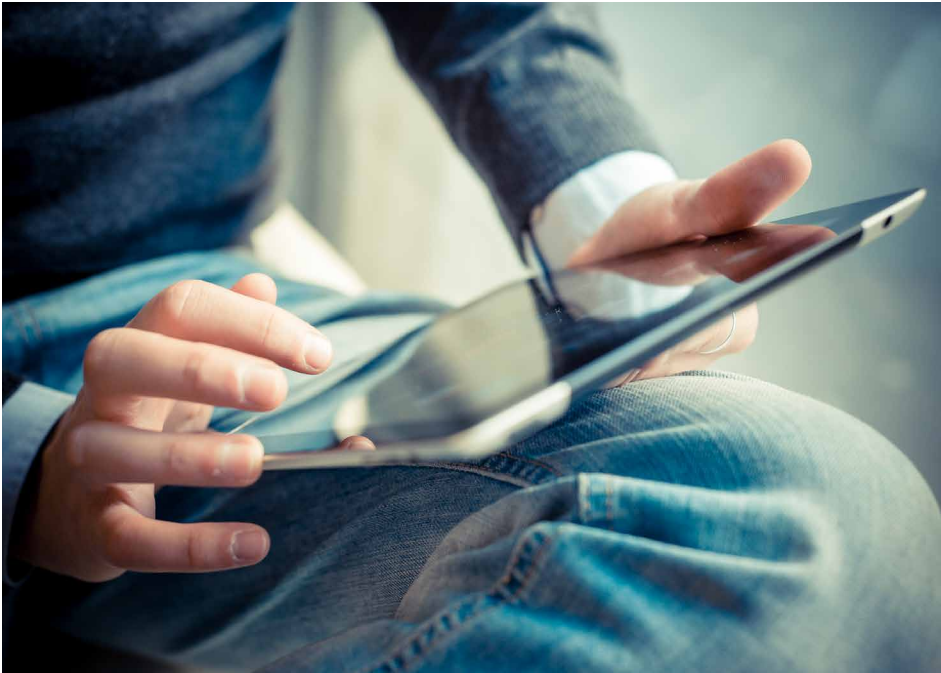
El contenido del Código delimita el comportamiento que se espera de los empleados, así como aquellas acciones que no son permitidas y sus repercusiones al transgredirlo.

La comunicación de los valores definidos por el Comité de Ética es un factor determinante para el éxito de una organización establecida con principios éticos. La promoción del comportamiento ético es en sí una campaña de comunicación que busca motivar a un determinado comportamiento en los empleados.

En este sentido, el Código se convierte en uno de los componentes esenciales de la organización, pues es un recurso valioso para enseñar a los empleados a tomar decisiones basadas en principios éticos. Es una guía cuando los empleados necesitan resolver sus dudas sobre las políticas de la empresa respecto a un asunto en particular.

El Código de Ética debe difundirse correctamente entre los integrantes de la organización mediante su publicación en la página web corporativa, distribuir una copia impresa para cada empleado y difundir sus principios a través de campañas de concientización. Asimismo, debe ser expedito para todos los empleados, a todos los sectores y niveles jerárquicos. "Una violación al Código de Ética es la misma, tanto para un director, como para un obrero; el problema es, sin lugar a dudas, el acto, independientemente de la posición jerárquica del profesional".

El contenido del Código de Ética debe ser fácil de comprender, con un estilo accesible para todos los colaboradores y debe tener un tono positivo, que inspire y convenza a los empleados de adoptar una conducta ética. Es importante que el Comité de Ética revise periódicamente su contenido y realice adaptaciones basadas en el entorno.



La ética en los nuevos tiempos

Hoy en día, las organizaciones se deben adecuar a un entorno cada vez más cambiante, pero, en el comportamiento ético ¿es conveniente flexibilizar los principios de la organización?

Para Juan Manuel Torres, la definición rectora son los principios, entonces si la organización se plantea ser flexible, deberá serlo en todas las circunstancias, lo que significa una condición de riesgo para la empresa, puesto que surge la posibilidad de que sus integrantes traten de sacar provecho de esta condición. Sin embargo también existe la posibilidad de ser un poco más flexible en el terreno de las sanciones, motivando a la gente y convenciéndolos de comportarse éticamente. Si una persona reincide en una acción violatoria al Código

de Ética, aun después de ser incentivado a no hacerlo, entonces quiere decir que no comparte los mismos principios de la organización.

Asimismo, los jefes directos de los profesionales deben cuidar y velar por el comportamiento ético. En ocasiones en el afán de tener una percepción de "jefe moderno" por parte de sus subordinados, los líderes permiten conductas que van en contra de los principios de la empresa, se convierten en actores pasivos y omisores, acciones que ponen en riesgo a la organización y a su propio liderazgo, puesto que será muy complicado recuperar la imagen de guía frente a sus subordinados y, en consecuencia, retomar el orden de su equipo.

La adopción de un sistema integral de ética en las empresas mexicanas

Las grandes empresas son organizaciones acostumbradas normalmente al manejo de procedimientos y sanciones. Cuentan con un Comité de Ética fuerte, sin embargo, muy pocas cuentan con un sistema de denuncias administrado por un tercero independiente e imparcial y ése es un gran reto para ellos; en cambio las empresas pequeñas y medianas se caracterizan por ser más flexibles, e incluso permisivas con sus empleados.

Ante este panorama, es necesario que las empresas comiencen por ser institucionales, desde su misma concepción, sin la necesidad de esperar varios años para ser grandes organizaciones.

La comunidad empresarial se encuentra en constante movimiento, y las organizaciones son constituidas en mayor medida por jóvenes emprendedores. En Deloitte estamos convencidos que una organización puede y debe iniciar con el pie derecho; por ello, la implementación de un sistema integral de ética en la pequeña y mediana empresa, permitirá a largo plazo, gozar de los beneficios de contar con políticas cimentadas en un comportamiento ético y que redundarán en la obtención de logros económicos y una buena percepción por parte de los clientes, empleados y proveedores.

El futuro de tu organización es hoy,
tú decides si permites que la ética
se mantenga como una obligación
o como una forma de vida.

Deloitte.

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Conozca en www.deloitte.com/mx/conozcanos la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría, impuestos y servicios legales, consultoría y asesoría, a clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de negocios. Los más de 225,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, "Deloitte" significa Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., la cual tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría fiscal, asesoría y otros servicios profesionales en México, bajo el nombre de "Deloitte".

Esta publicación sólo contiene información general y ni Deloitte Touche Tohmatsu Limited, ni sus firmas miembro, ni ninguna de sus respectivas afiliadas (en conjunto la "Red Deloitte"), presta asesoría o servicios por medio de esta publicación. Antes de tomar cualquier decisión o medida que pueda afectar sus finanzas o negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. Ninguna entidad de la Red Deloitte, será responsable de pérdidas que pudiera sufrir cualquier persona o entidad que consulte esta publicación.