



E-BOOK GRATUITO

ETICA DE LOS NEGOCIOS



Introducción

En pocas palabras, la ética consiste en aprender lo que es correcto o incorrecto, y luego hacer lo correcto. Muchos especialistas en ética afirman que siempre hay una cosa que hay que hacer en base a los principios morales, y otros creen que lo que hay que hacer depende de la situación y, en última instancia, depende de la persona y de los valores que le guían en la forma en que debe comportarse.

El concepto ha llegado a significar diferentes cosas para diferentes personas, pero por lo general, en el lugar de trabajo, se considera básico el hacer lo correcto en cada momento. En consecuencia, no hay brújula moral clara para guiar a los empresarios y directivos a través de dilemas complejos de lo que es correcto o incorrecto.

La ética empresarial puede ser una fuerte medicina preventiva y proporciona muchos beneficios en la gestión de una empresa y por eso, he creído oportuno desarrollar este tema entre las publicaciones de nuestra Comunidad Empresarial INTEC y ofrecérselo como un breviarío gratuito para que a todos os acompañe. Estos beneficios, basados en la experiencia vivida en contacto con muchas empresas creo que, tratados con sencillez y sin largos textos, puede ayudarlos.

En realidad, todas las empresas tienen programas de ética, pero muchas no saben que lo que hacen aunque influyen en los comportamientos de la organización, sus valores, políticas y actividades. Por tanto, la gente de negocios necesita herramientas prácticas e información para entender sus valores y cómo gestionarlos.

Si tu empresa es bastante grande, es posible que desees desarrollar un código global en la empresa y un código aparte para guiar a cada uno de sus departamentos. En todo caso, todo el personal debe ver que, el programa de ética, está impulsado y vigilado por la alta dirección.

Tal vez demasiado a menudo, la ética empresarial es usada sólo como una cuestión de la resolución de conflictos en los que una opción parece ser la opción más clara. Por ejemplo, estudios de casos se presentan en los que un empleado se enfrenta a haber mentado, robado, engañado, abusado de otro, o por romper los términos de un acuerdo o contrato. Sin embargo, los dilemas éticos que enfrentan los gerentes necesitan directrices claras.

La Ética en los Negocios debe ser un conjunto de normas morales con las que se confía en llegar a conclusiones y tomar decisiones. En un entorno empresarial, es un factor clave en la toma de decisiones responsables y proporciona beneficios a todos.

Algunos puntos de vista éticos se consideran universales y se aplican a todos, mientras que otros son de carácter más personal. Los puntos de vista éticos continúan evolucionando y cambiando con el tiempo a medida que los gerentes interactúan con diferentes personas y están expuestos a diferentes situaciones y entornos, para evitar siempre una reducción del riesgo de exposición negativa y reacción pública causada por éticas pobres.

La ética empresarial es importantes para la gestión de un negocio sostenible, principalmente a causa de las graves consecuencias que pueden derivarse de las decisiones tomadas con una falta de respeto a la ética. Incluso si crees que la buena ética empresarial no contribuye a los niveles de beneficios, puedes ser capaz de reconocer que los comportamientos éticos pobres puede tener un efecto perjudicial en su cuenta de resultados.

Normas éticas pobres pueden dar lugar a que los gerentes de empresas tomen decisiones mal informados y equivocados o sean malas, y los efectos de sus acciones pueden ser significativos y de amplio alcance.

En un negocio sostenible, los empleados de todos los niveles deben estar comprometidos con los estándares éticos de la empresa. Como gerente de negocios, es importante que seas capaz de definir y comunicar a tus empleados cuáles son los factores y las normas éticas a las que espera que se adhieran y cuáles son las consecuencias por no cumplir con esas expectativas.

Uno de los principales propósitos de la empresa (no el único) debe ser alcanzar el beneficio óptimo, que es un propósito legítimo, honesto y también inexcusable si las empresas quieren hacer una contribución a la sociedad.

Efectivamente, es necesario que cualquier empresa obtenga beneficio a fin de asegurar su supervivencia y obtener recursos para su expansión, pero también, el beneficio debe servir para compensar las pérdidas económicas que suponen los fracasos de otras empresas y para contribuir, principalmente a través de los impuestos, a lo que se denomina costo social, que son los gastos requeridos por la acción social, las obras públicas o las medidas político-económicas en general.

Otros propósitos de una empresa pueden ser:

- Lograr eficacia y eficiencia.
- Operatividad o viabilidad.
- Estabilidad o continuidad.
- Crecimiento o expansión.
- Mejora e innovación.
- Calidad y excelencia.

Este último propósito es de absoluta importancia en los tiempos que corren. Se trata de operar sobresalientemente en métodos y resultados y, además, los mejores en relación a los de otras empresas y con ventaja significativa.

La Ética de los Negocios, examina reglas y principios éticos dentro de un contexto de negocios, los problemas éticos que puedan presentarse y cualquiera de los deberes u obligaciones que se puedan contemplar.

En nuestro siglo XXI, los mercados han tomado cada día más conciencia de la demanda de procesos más éticos de negocio y la presión sigue aumentando.

Durante los años 80 y 90, se dieron grandes escándalos dentro de corporaciones importantes. Ahora, por ejemplo, la mayoría de los Web site corporativos importantes ponen énfasis en promover valores sociales bajo variedad de títulos (códigos de ética, compromisos sociales de responsabilidad ...) En algunos casos, las corporaciones han redefinido sus valores básicos, teniendo en cuenta consideraciones éticas.

Si el propósito único de una empresa es sólo maximizar los beneficios para sus accionistas, puede decirse que el comportamiento es muy poco ético, porque como consecuencia, su conducta seguro afecta los intereses y vulnera los derechos de otros.

Responsabilidad social corporativa puede ser el término paraguas bajo el cual, los deberes éticos que deben regir en las empresas y sus derechos, intentan sintonizarse.

La ética profesional

La ética en las ventas y la comercialización

La ética de la comercialización se solapa fuertemente con la ética de la publicidad, que debe vigilar el contenido de los anuncios.

Se debe animar a los empresarios y a los directivos a que se aseguren de que sus acciones de publicidad no sean engañosas, que no fallen a la lealtad del cliente, que eviten promesas y garantías imposibles, que el producto esté fácilmente disponible y que, a través de estas acciones, no se practica la táctica del cebo que implica el anunciar un artículo a precio bajo para atraer clientes y después persuadirlos de comprar otra cosa. Además estas acciones deben ser fáciles de entender, sin asteriscos que puedan contradecir o substancialmente cambiar su significado.

La ética en la producción

Se ocupa de los deberes de una empresa para asegurarse que los productos y los procesos de producción no causan daños.

Algunos de los problemas más agudos en esta área se presentan: cuando se admite que hay generalmente un grado de peligro en cualquier producto o proceso de producción, cuando se admite la permisibilidad, por encima del riesgo aceptable, o cuando se fabrican productos defectuosos, adictivos o intrínsecamente peligrosos.

También existen las relaciones éticas entre la empresa y el medio ambiente.

Los problemas resultantes de las nuevas tecnologías, como por ejemplo la modificación genética de alimentos o la posible radiación del teléfono móvil.

La comprobación del producto usando grupos económicamente débiles como objetos de la prueba.

La fabricación de un producto que puede proporcionar problemas a terceros.

La falta de respeto a la característica intelectual del conocimiento y de las habilidades de otros.

La infracción de patentes, de copyrights o de marca registrada.

La práctica de atraer a empleados de un competidor para tomar la ventaja injusta de sus conocimientos o de las habilidades que puedan poseer.

El espionaje industrial.

La ética en el negocio internacional

Mientras que la Ética de los Negocios emergió en los años 70, la ética en el negocio internacional no comenzó hasta los últimos años de la década de los 90 e incluye:

- La búsqueda de valores universales como base para el comportamiento comercial.
- El respeto a la existencia de tradiciones éticas de negocio en diversos países y bajo distintas perspectivas religiosas.
- La tasación justa
- La vigilancia para evitar el trabajo de los niños.
- La explotación en países de salarios bajos.

Los intereses que están en conflicto

La Ética de los Negocios se puede examinar desde varias perspectivas: la del empleado, la de la empresa y la de la sociedad en su conjunto.

Muy a menudo, los conflictos se presentan cuando hay que establecer si, servir el interés de una parte, va en detrimento de otra. Por ejemplo, un resultado particular que puede ser bueno para el empleado, podría ser malo para la empresa, la sociedad, o viceversa.

El papel principal de la ética se considera cuando hay que lograr la armonización y la reconciliación de intereses que están en conflicto.

Los acercamientos éticos

Algunos sugieren que el propósito principal de un negocio debe ser el de maximizar los beneficios para sus dueños o accionistas. Así, bajo esta visión, solamente son aplaudidas las actividades que aumentan más este valor.

Algunos creen en lo mismo, pero añadiendo que merecen este aplauso las empresas con probabilidad de sobrevivir en un mercado competitivo.

Sin embargo, muchos otros entienden que los negocios deben, por encima de todo, obedecer la ley y adherirse a las reglas morales básicas.

Otros creen que un negocio tiene responsabilidades morales frente a los accionistas y frente a toda la gente que tiene un interés en la conducta del negocio, y esto incluye a los empleados, los clientes, los proveedores y la sociedad en su conjunto.

La dificultad de la ética puede presentarse cuando las empresas deben conformarse o a veces estar en conflicto con otros estándares legales o culturales, como es el caso de las compañías multinacionales que funcionan en muy diferentes países.

La pregunta que se presenta, por ejemplo, es: ¿Debe una compañía obedecer las leyes de su país de origen, o debe seguir las leyes menos rigurosas del país en vías de desarrollo en el cual compra o produce?

Aunque, en general, esté prohibido pagar sobornos, en algunas partes del mundo, el soborno es un modo acostumbrado e incluso aceptado de hacer negocios.

Situación similar puede ocurrir con respecto al trabajo de los niños, a la seguridad de los empleados, a las horas de trabajo, a los salarios, a la discriminación y a la infracción de las leyes existentes de protección del medio ambiente.

Las políticas de ética corporativa

Muchas compañías han formulado políticas internas referentes a la conducta ética de empleados. Estas políticas pueden ser exhortaciones simples de carácter amplio, o pueden ser políticas conteniendo requisitos de comportamiento específico (típicamente llamados códigos corporativos), que sirven para identificar posibilidades de conflicto y ofrecer la mejor forma de manejar algunos de los problemas éticos más comunes que puedan presentarse.

Se espera que esta política conduzca a un mayor conocimiento ético, por parte de los directivos y empleados.

No todos apoyan las políticas corporativas.

Algunos siguen creyendo que las políticas corporativas sirven principalmente para limitar la responsabilidad legal de la empresa o son sólo de cara a la galería y para ganarse el favor del público, porque, a veces, hay una clara desconexión entre el código de la compañía y muchas o algunas de sus prácticas.

Los vigilantes de la Ética de los Negocios.

Desde mediados de los años ochenta se han designado formalmente entidades vigilantes, especialmente en los Estados Unidos, desde los grandes escándalos de fraude, de corrupción y abuso que surgieron entonces en distintas industrias.

De nuevo en 1991, hubo que reforzar esta presencia como consecuencia de los grandes escándalos corporativos, numerosos entre 2001-2004, afectando a corporaciones grandes..

Incluso las empresas pequeñas y medianas comenzaron también a designar vigilantes de la Ética, que son a menudo responsables de denunciar o de hacer recomendaciones con respecto a las políticas para la prevención de acciones poco éticas e ilegales.

Otros de estos vigilantes, supervisan y vigilan que las inversiones de los accionistas, especialmente los pequeños, puedan quedar afectadas negativamente por decisiones incorrectas de las direcciones y administraciones de las empresas.

La eficacia de los vigilantes se ha comprobado que hasta el los años 2013 – 2014 no han funcionado y fundamentalmente es porque la base para el comportamiento ético va más allá de la cultura corporativa de cualquier compañía o de cualquier vigilante y depende, básicamente, del entrenamiento moral temprano del individuo y del propio ambiente del negocio competitivo.

Las opiniones religiosas sobre la Ética de los Negocios

La importancia histórica y global de las opiniones religiosas sobre la ética en los negocios, generalmente se subestima al confeccionar estándares de comportamientos.

Particularmente en algunos países de Asia y Oriente Medio, las perspectivas religiosas y culturales tienen una influencia fuerte en la conducta del negocio y en la creación de sus valores.

Pensamiento ético. Un marco para la toma de decisiones.

Las ediciones de los telediarios, nos saludan con informaciones relativas a la justicia, la política, o las tecnologías médicas que pueden prolongar nuestras vidas, los emigrantes o el comportamiento de los profesores con nuestros niños. Las noticias te dejan perplejo. ¿Cómo debemos pensar exactamente? ¿Qué debemos pedir? ¿Qué factores debemos considerar?

El primer paso para poderlas analizar no es fácil y es conseguir conocer los auténticos hechos, que es frecuentemente lo que nos falta, pero incluso conocer los hechos no es bastante. Además, hay que poder confirmar los daños derivados.

Tenemos un derecho fundamental y es el del respeto. La gente no somos un objeto que se pueda manipular. Tenemos el derecho a la verdad y a ser bien informados sobre las materias que nos afectan y tenemos el derecho a no ser dañados.

Lo que diferencia si una acción es moral o inmoral es que la acción debe respetar los derechos de cada uno. Las acciones son incorrectas, si no son imparciales y justas. El acercamiento a la imparcialidad y la justicia, tiene sus raíces, nada menos, que en las enseñanzas del filósofo Aristóteles.

Frente a estas noticias, la pregunta básica es ¿Cómo nos favorece esta noticia? ¿Trata a cada uno de los actores de la misma forma, o demuestra favoritismo o discriminación?

El favoritismo da ventajas, sin una razón justificable. La discriminación impone cargas de diferencia. El favoritismo y la discriminación son injustos e incorrectos.

Las virtudes son actitudes o rasgos del carácter que nos permiten estar y actuar de manera que se desarrolle nuestro potencial más alto. Nos permiten perseguir nuestros mejores ideales.

La honradez, el valor, la generosidad, la fidelidad, la integridad, la imparcialidad, el autodominio y la prudencia son otros ejemplos de virtudes.

Las virtudes son como los hábitos. Es decir, adquiridos una vez, llegan a ser característicos de una persona. La persona virtuosa es, básicamente, una persona ética.

¿Puede tu empresa evitar problemas de ética?

Todos los empresarios y altos directivos de las empresas de todos los tamaños están o deberían estar comprendiendo que la única manera de tener una compañía apreciada es actuar y dirigir los negocios de una manera ética.

¿Cómo puedes evitar problemas de ética dentro de tu negocio?

Fíjate en los puntos siguientes:

- Muestra un buen comportamiento hacia tus clientes, proveedores, accionistas, empleados y la comunidad en la que tienes asentado su negocio.
- Asegúrate de que tu comportamiento personal y tus políticas sirven de ejemplo para todos los empleados.
- Establece un sistema de comunicación interno que permita a los empleados expresar preocupaciones directamente a la gerencia, especialmente, si sospechan fechorías que puedan estarse produciendo.
- Trata a tus empleados con respeto e imparcialidad.
- Recompensa o reconoce a tus empleados por la toma correcta de decisiones y sus acciones éticas.
- Satisface, con respeto a tu contabilidad, lo que es correcto y legal.
- Habla rutinariamente con tus empleados de una forma directa.
- Se accesible e interesado por los demás.

Los valores y las políticas de ética corporativos, son materias de la alta dirección, que debe de comprometerse con ellos y vigilar que se cumplan. Simplemente publicar un código, o copiar el de otro para quedar bien, no será suficiente.

Deben ser compromisos firmes de la empresa con los accionistas, los empleados, los clientes, los proveedores, y la sociedad en la que trabaja. Algunos incluyen incluso aspectos relativos al comportamiento con los competidores.

Utiliza un código piloto y pónlo en marcha. Luego ve subiendo el grado de compromiso. Publica y envía el código a todos los empleados y proveedores. Informa al público que la compañía tiene un código de conducta ética. Ponlo por ejemplo en tu sitio web.

Si con tal programa, una empresa es vulnerable, puede que sea porque no era sincero, porque lo ha descuidado o porque no iba en serio. Si se establece con toda la intención, es una especie de medicina preventiva muy efectiva.

Un código de conducta, debe comenzar por el propósito de la declaración, mencionando los valores que son importantes para la gerencia en la conducta de la empresa.

Debes precisar el papel de la empresa, sus valores. La misión.

Debes mencionar cómo actúa la empresa con los empleados, las condiciones de trabajo, los procedimientos de reclutamiento y formación, las recompensas, la seguridad, la igualdad de oportunidades, la diversidad, el retiro y la ausencia de discriminación u hostigamiento.

Debes dar importancia a la satisfacción del cliente y comprometerse a actuar de buena fe en todos los acuerdos, ofreciendo calidad, precio justo y adecuado servicio post-venta.

Con respecto a los accionistas y otros soportes financieros, debes asegurar la protección de la inversión hecha en la compañía y el beneficio apropiado.

Con los proveedores debes cooperar para alcanzar calidad, eficacia y eficiencia, sin aceptar ningún soborno o excesiva amistad.

Y con la Sociedad, se debe comprometer a proteger y preservar el medio ambiente y explicar cualquier política corporativa de patrocinio, por ejemplo en educación.

El código debe ser publicado y utilizado. Hay que instrumentar los medios para el conocimiento por parte de todo el personal. Debe tener un procedimiento para la revisión y puesta al

día y, todos en la empresa, deben estar enterados de las consecuencias de practicar desviaciones.

Una práctica pobre sería:

- El abandono de la Alta Dirección.
- El no tratar materias sobre el personal.
- No ofrecer información sobre el código.
- No tener un procedimiento para revisar el código.
- Hacer excepciones al uso del código.
- No dar buen ejemplo por parte de los líderes, empresarios o directivos.
- Tratar el código como confidencial o como documento puramente interno, haciendo difícil que el personal tenga acceso.

Reglas prácticas para los negocios de pequeño tamaño

- Establecer en el código los valores del negocio.
- Entender el bienestar y la motivación del personal.
- Recordar que el comportamiento personal de la gerencia deberá ser tomado como modelo por el personal.
- Si se necesitan o se tienen socios en el negocio, hay que cerciorarse de que comparten visión y valores.
- Trabajar bien las relaciones con los clientes, que no deben parar cuando se hace la venta.
- No golpear deshonestamente a los competidores.
- Respetar los términos de pago convenidos.
- Registrar todas las transacciones en los libros contables.
- Encontrar por lo menos una forma de apoyar a la comunidad en la que funciona.
- Si se tiene duda sobre cómo establecerlo, se debe tomar y aceptar el consejo.

Prioridades y práctica.

¿Quién es responsable de actuar éticamente? ¡Sin duda, eres tú!

No es la empresa y, como consecuencia, es cada persona que trabaja en el negocio.

El respeto.

Es una actitud que se debe aplicar a la gente, a los recursos de la organización y al medio ambiente.

El respeto incluye comportamientos tales como:

Tratar a cada uno (clientes, compañeros de trabajo, suministradores, etc.) con cortesía.

Usando el equipo, el tiempo y el dinero de la empresa apropiadamente, eficientemente y sólo para uso del negocio.

Protegiendo y mejorando el ambiente de trabajo, y siguiendo las leyes y regulaciones que existen para proteger nuestro mundo y nuestra manera de vida.

La responsabilidad

Tienes una responsabilidad con tus clientes, tus compañeros de trabajo, y contigo mismo (y tu familia).

Los resultados

Esenciales en todo negocio, se espera que se consigan legalmente.

Evite caer en pensamientos tales como:

“Todos lo hacen”, “Nunca lo sabrán”, “Nadie se dará cuenta”, “No tengo tiempo para hacerlo bien”, “Que me busquen”, “Hecha la Ley, hecha la trampa”, “Ese no es mi trabajo” o “Esto no es de mi incumbencia”

La ética de negocio implica mucho más incluso que cumplir con las leyes.

A veces, son las acciones y los comportamientos cotidianos, aparentemente insignificantes, los que representan el área más grande de problemas de ética y, también, la oportunidad más grande para la mejora.

Las pequeñas cosas que hacemos a diario son olvidadas a menudo por nosotros mismos. Sin embargo, pueden hacer un impacto significativo en la gente que observa el comportamiento. Recuerda que tus comportamientos deben ser un ejemplo. Aunque seas el jefe, hay siempre algún otro que mira como actúas en ciertas situaciones, para lo bueno y para lo malo.

Para ayudarte a examinar tu ética personal y donde necesita mejorar, toma en consideración lo siguiente:

- Pocas “mentiras piadosas”
- Bromas acertadas y las justas.
- Lo que prometes o aseguras al hacer una venta.
- Manera en que manejas las quejas de un cliente.
- Como diriges el trabajo.
- Reglas de trabajo que no sigues.
- Nivel de la calidad que pones en lo que haces

Saber qué es ético, es esencial. No es siempre fácil, pero siempre es correcto y es un requisito para el éxito a largo plazo.

La lista siguiente de preguntas, puede ser una forma de comprobar si vas en la dirección correcta.

- ¿Eres legal?
- ¿Sientes culpabilidad si lo haces mal?
- ¿Se lo harías a tu familia o amigos?
- ¿Sería aceptable que alguien te lo hiciera?

Si contestas "no" a una de estas preguntas, debes desarrollar este punto negativo.

Éstas son pruebas prácticas y útiles.

La auto-evaluación es un componente importante en la Ética de los Negocios. En general, deberíamos pasar más tiempo mirándonos a nosotros mismos, que mirando el comportamiento de otros.

Se debe utilizar la auto-evaluación (Tanto los empresarios como los empleados):

- ¿Usas recursos de la compañía para propósitos personales?
- ¿Dices que estás enfermo cuando realmente no lo estás?
- ¿Utilizaste un término despectivo al referirte a otra persona?
- ¿Estás enganchado a los chismes o a los rumores?
- ¿Te metes o intervienes en las conversaciones o en los asuntos privados de otros?
- ¿Propagas la información que te fue compartida en confianza?
- ¿No hiciste caso de una regla de la empresa?
- ¿No acabaste algo que dijiste que terminarías?
- ¿Retuviste información que otros necesitaban?

- ¿Entregaste con conocimiento un producto de mala calidad o defectuoso?
- ¿Has mentido o manipulado la verdad para hacer una venta?
- ¿Aceptaste un regalo inadecuado o una comisión?
- ¿Tomaste crédito por algo que otro hizo?
- ¿No pudiste admitir una equivocación en la que incurriste?
- ¿Dejas con conocimiento a alguien en apuros?

Recursos en la empresa

Todas las empresas necesitan para sobrevivir hacer beneficio. No debes mirar hacia otro lado si los recursos se emplean mal, o se gastan de manera innecesaria.

Decir NO al negativismo

¿Has visto algunos que casi siempre tienen una visión negativa? Son los que dicen cosas como "esto no irá" antes incluso de que se lo expliquen.

Son los que critican abiertamente a la empresa, se regodean en rumores sobre los compañeros de trabajo, se quejan e intentan llevar a otros por este camino.

El negativismo es ineficaz. Erosiona y fomenta actos poco éticos. El negativismo es absolutamente pobre e incorrecto.

Cerciórate de la misión de tu empresa. Tengas el puesto que tengas, sigue la misión de tu organización, sin importar si aparece en una declaración escrita y formal.

Estate sobre lo que el negocio debe estar. Si no tienes una idea muy clara de cuál es la misión, pregunta. Tienes la responsabilidad de entenderla. Esto te ayudará a sentirte bien y a ser un empleado o directivo más eficaz y más productivo.

Controlar la culpa.

Asignarse culpa es una acción destructiva que causa indefensión y crea un ambiente que va contra la innovación, la creatividad y el riesgo.

Para domesticar y controlar la culpa, el problema verdadero es saber POR QUÉ no fue logrado o POR QUÉ fue hecho mal.

Ser veraz.

La mentira es a menudo una reacción defensiva. Cuando sientas el deseo de ocultar la verdad, tómate un tiempo. La mentira comienza un ciclo peligroso que destruye la confianza y anima a la mentira adicional. El impacto a largo plazo en ti y en el negocio, será mucho peor que la ventaja posible a corto plazo.

Mantener el secreto.

Si te confían un secreto, honra el acuerdo. Si no eres capaz de guardar una confidencia, o no puedes, por razones éticas, déjalo claro cuanto antes.

El ser ético - en el trabajo y lejos del trabajo - no es actuar de forma diferente, pues debe ser parte de tu vida diaria, actuando con paciencia, comprensión, y empatía.

Nadie es perfecto. Todos cometemos errores y, todos, necesitamos periódicamente ser merecedores de la ventaja de la duda. Antes de juzgar a cualquier persona, ponte en su posición.

Habla CON la gente, no DE ella. Demuestra, con tus comportamientos, que reconoces y valoras a cada persona. Seas cortés. Escucha, al menos, tanto como hablas. Y nunca digas nada

por detrás de alguien, salvo que ya se lo hayas dicho a la persona directamente.

Deja saber a la gente cuándo te incomodan. Trata a la gente de la manera que querrías ser tratado y esto no significa que evites corregir y disciplinar cuando sea necesario.

En los negocios, céntrate en servir antes que en vender. Concéntrate en identificar y resolver las necesidades de tu cliente. Haz que trabajando contigo, el cliente se sienta seguro y eso incluye la confidencialidad sobre sus datos personales.

Fijar el ejemplo ético.

Los empleados te están mirando constantemente y están aprendiendo de ti. Asumen que es aceptable hacer lo que lo haces. Sin importar si se ha escrito o se ha dicho, tu comportamiento será la forma de funcionar del empleado.

Razones por las que los líderes deben modelar su comportamiento ético:

- Reduce la presión en los empleados y aumenta su buena voluntad.
- Mejora la confianza y el respeto.
- Protege la reputación positiva de la empresa.
- Anima la detección temprana de las violaciones de la ética.
- Fomenta una cultura positiva de trabajo y un Servicio Mejor al Cliente.
- Proporciona un incentivo y un marco adecuado de trabajo.
- Aumenta tu capacidad de atraer y conservar a empleados de calidad.

- Ayuda a asegurar la viabilidad a largo plazo de la empresa.

Conceptos relacionados

Al hablar de la Ética en los Negocios, nos parece oportuno hacer mención a varios conceptos que son básicos:

Libertad

Solamente dentro del marco de un sistema de cooperación social tiene significado el término libertad.

La libertad se refiere a cuando un individuo está en posición de elegir entre los modos alternativos de una acción. Un hombre es libre cuando le permiten elegir metas y los medios a utilizar para el logro de esas metas.

El individuo debe tener protección contra la tiranía ilimitada de los más fuertes o contra los que tuercen las formas de comportamiento, con el establecimiento de un sistema de reglas que son como leyes.

En la economía de mercado, tan denostada en este momento, el individuo es libre de elegir entre varios modos de actuar socialmente. Así, podemos definir la libertad como esa situación en la cual el hombre es libre en el sentido de que puede hacer, dentro del marco de las leyes, todo aquello que considere pertinente en el uso de su autonomía personal y profesional.

En la sociedad de mercado, el ciudadano observante de la ley está libre de cualquier interferencia y su recompensa debe ser consecuencia del esfuerzo individual y a tenor de sus propias facultades y capacidades.

La inseguridad

No hay seguridad sobre ninguna cosa, como un derecho que preserva posiciones del pasado y la propiedad de los medios de producción ya no es solo un privilegio, sino una responsabilidad social.

Por tanto, no debe considerarse una inversión segura por siempre y no debería de haber sitio para la gente que quiera gozar de sus fortunas en ociosidad.

La función selectiva del mercado, permite al empresario o trabajador bueno, del que se puede esperar mayor rendimiento y aquel que tiene capacidad de trabajar mejor que otros, diferenciarse de los empresarios y empleados faltos de interés y compromiso.

Observa la situación: Los últimos tiempos han venido eliminando una buena parte de empresarios anteriores y a sus herederos y, otros, recién llegados, han tomado sus lugares. El mercado no está dispuesto a dar su confianza a gente sin virtud ni talento.

El incentivo

El trabajador se regocija no siendo dependiente de su familia o de la misericordia de la gente. Terminada una tarea, el trabajador goza de la sensación de haberla superado y se siente feliz por "haberlo conseguido".

Por otra parte, el nivel de los salarios debe depender de la cantidad y de la calidad del trabajo hecho, del logro, de la calidad de su ejecución y la cantidad y la calidad del trabajo que entrega el individuo, que debe estar sólo condicionada por sus características naturales y las habilidades adquiridas a través de la formación.

El hombre puede cultivar su talento o puede guardarlo hasta que se marchite. Es su propia decisión.

Dentro de los límites marcados por sus capacidades naturales, la capacidad de un hombre para trabajar puede ser perfeccionada entrenándose para la realización de tareas definidas.

Los esfuerzos a los cuales un individuo debe someterse para adquirir estas capacidades, la pérdida de ganancias potenciales durante el período de entrenamiento y el gasto del dinero requerido para esa formación, se presentan como una expectativa de incremento en ganancias y deben ser considerados como una inversión.

La desigualdad y la pobreza

Existe en la sociedad una masa enorme de gente que busca un medio de sustento. Son los indigentes. Millones de personas al borde del hambre, pobres en el viejo sentido del término y, por otra parte, casi nadie desea compartir su propia renta con los que tienen menos.

La vida es (y seguirá siendo) amenazada día y noche por peligros innumerables. Puede ser destruida en un instante por fuerzas naturales que están más allá del control de nuestro conocimiento y de nuestras posibilidades.

Siempre habrá individuos con ciertas limitaciones y que, consecuentemente, solo podrán realizar una parte del trabajo. No todos los individuos pueden realizar cualquier clase de trabajo.

Buscar remedios contra la pobreza, la desigualdad y la inseguridad, es imprescindible.

A handwritten signature in black ink that reads "Alberto". The script is cursive and fluid.

Alberto Aguelo Monreal
Ingeniero Industrial
Fundador del Instituto Intec

Madrid, Agosto de 2015 - Todos los derechos reservados.