

## IX. Ética Empresarial

Silvio Terán Vivas

### 1. Introducción

La mayoría de los libros publicados de la obra de Alejandro Serrano Caldera retoman la ética: *“Es moralmente imprescindible saber qué hemos sido para saber qué queremos ser”* (1,998); *“La crisis de nuestro tiempo es esencialmente ética. Se ha producido, como nunca antes, un desmigajamiento de la conciencia de coparticipación de un destino común formado con el aporte de todos”* (2,001); *“Después y como consecuencia es una crisis política, económica y social. Padecemos la adulteración de los fines mediante la suplantación de una conciencia moral, de solidaridad, sensibilidad y espíritu crítico, por el consumismo y la inautenticidad”* (2000); *“La crisis actual reclama una nueva ética de la solidaridad, para reclamar el compromiso disuelto de un destino común, de una historia planetaria y una conciencia universal, lo mismo que la solidaridad entre el ser humano y el medio ambiente, entre la naturaleza y la historia, entre la biología y la conciencia. Y, fundamentalmente, para reivindicar la justicia de ese compromiso, sustentado sobre valores y conductas, compatibles con la dignidad esencial de la persona”* (1998).

En el prólogo de uno de esos libros, Andrés Pérez Baltodano comenta: *“La reformulación del concepto y función del mercado debe partir de considerarlo una institución con legitimidad histórica al que le corresponde un papel de mediador necesario pero no suficiente ni absoluto, y, por eso, determinado por un conjunto de valores y una ética que le son externos y a los cuales debe estar subordinado”* (1998).

Hemos iniciado con las citas anteriores para invitar a los empresarios en Nicaragua a reflexionar sobre la necesidad de una nueva ética, para llamarlos a participar en su construcción, para que se reivindicquen a sí mismos institucionalizándola en sus empresas. En las páginas siguientes se analiza la importancia de la ética empresarial y su aplicación a nivel nacional, sectorial y particular, su derivación de la ética empírica y su esencia; todo ello integrado en un enfoque que realza la ética de la naturaleza, de la responsabilidad y de la solidaridad.

Todo empresario, independientemente de la actividad y volumen de su empresa, tiene que tomar incesantemente decisiones que entrañan dilemas y paradojas, que generalmente se relacionan con un entorno misterioso e impredecible, ante el cual debe reaccionar. Con nuestras conclusiones pretendemos estimular a los empresarios en Nicaragua a que actúen con ética empresarial, que al menos se pregunten en todo momento: *“¿Quiero?, ¿puedo? y ¿debo?”* Y respondan tomando siempre en cuenta que *“éticamente”* no se debe hacer todo lo indebido que se quiera o se pueda, aunque los demás empresarios lo hagan

inescrupulosamente. Que no se arrepentirán al reconfortarse con el beneficio que proporcionan las cuatro “B” del bienestar: “Bien ser”, para “bien hacer”, para “bien tener” y para “bien estar”.

## **2. Relación de la ética empresarial con la economía y la sociedad**

No hay tal de que “con el somocismo estábamos mejor”, como dicen muchas personas de las cronológicamente llamadas “segunda y tercera edad”. La economía de Nicaragua, por ser “pequeña y abierta”, siempre ha estado a merced de la variación de los términos de intercambio internacional de sus productos de exportación, y en dependencia del comercio exterior en su expresión total, también por la necesidad de importar. En los últimos años la relación entre las importaciones y las exportaciones de Nicaragua se ha mantenido en 3:1, cada dólar estadounidense de venta representa apenas la tercera parte de cada dólar estadounidense de compra, lo que continúa arrojando el déficit comercial del país que “todo el tiempo” ha reflejado la Balanza de Pagos. Dichosamente la población en Nicaragua recibe remesas del exterior, con valores aproximados o mayores a las exportaciones del país. Un artículo de The Wall Street Journal Americas publicado en el Diario La Prensa<sup>1</sup> presenta los resultados del centro de investigación Inter-American Dialogue, que revelan el valor de las remesas enviadas en el año 2,001 por gente de América Latina y el Caribe. En dicho listado, Nicaragua aparece de segundo como número ordinal entre 13 países, con 610 millones de Dólares estadounidenses que representa el 22.0 % del Producto Interno Bruto, tan sólo superado por Haití (\$ 810 y 24.5 %). El resto de países ocupan las siguientes posiciones: El Salvador, N° 3 con \$ 1,920 y 17%; República Dominicana, N° 4 con \$ 1,807 y 10.0 %; Ecuador, N° 5 con \$ 1,400 y 9.0 %; Honduras, N° 6 con \$ 460 y 7.5 %; Cuba, N° 7 con \$ 930 y 5.0 %; Guatemala, N° 8 con \$ 584 y 3.1 %; Colombia, N° 9 con \$ 1,600 y 2.1 %; México, N° 10 con \$ 9,273 y 1.7 %; Perú, N° 11 con \$ 905 y 1.7 %; Bolivia, N° 12 con \$ 103 y 1.3 %; y Brasil, N° 13 con \$ 2,600 y 0.4 %.

Esta es, en parte, la explicación de nuestro subdesarrollo económico, que no atrae inversión suficiente para generar producción que a su vez genere suficientes empleos e ingresos para paliar el padecimiento de pobreza, pobreza extrema, miseria e indigencia, según le haya tocado a cada familia, de la mayoría de la población nicaragüense, en quienes repercuten sin salvedad las consecuencias de la situación de la economía nacional. Desgraciadamente esta realidad de “ayer, hoy y siempre” que caracteriza a la economía nicaragüense, ha mantenido constantemente a la población en una crisis perenne de atraso y estancamiento.

En la página de Opinión del periódico El Nuevo Diario<sup>2</sup>, quien fuera Director del Banco Central de Nicaragua durante parte de la dinastía somocista,

---

<sup>1</sup> Diario La Prensa, miércoles 13-11-02.

<sup>2</sup> Periódico El Nuevo Diario, miércoles 02-10-02.

Francisco (el “Ché”) Laínez, en el artículo titulado “¿Cuándo retomarán la crisis económica?” critica categóricamente la displicencia asumida para enfrentar la crisis permanente de Nicaragua; cuya parte conducente reproducimos textualmente para dismantlar los subterfugios económicos y retóricos de la realidad que padecemos los nicaragüenses: “... *El panorama económico mundial es vital para nuestra economía, recuperación y desarrollo, pero, pareciera no preocupar a las autoridades, tampoco a empresarios, medios de comunicación, a la opinión pública en general; el ambiente lo absorbe una película que cansa, un largometraje pasional sobre corrupción pasada, con actores hoy, entonces extras, como algo de vida o muerte... el manto de la corrupción y de la macroeconomía... esconde intereses que no se identifican con los del pueblo. Luego de más de una década de experiencias y realidades a la vista, el pueblo nicaragüense está abandonado... y se ha llevado al país a una mayor dependencia del extranjero...*”

Por si fuera poco, la crisis eterna de Nicaragua ha sido fortalecida por otros descalabros económicos (déficit fiscal, desequilibrios financieros, deudas, devaluaciones monetarias, fugas de capitales, hiperinflaciones, inflaciones,...), desastres naturales (erupciones volcánicas, huracanes, inundaciones, maremoto, sequías, terremotos,...) y también catástrofes humanas (ambiciones presidenciales, autoritarismos gubernamentales, caudillismos politiqueros, continuismos presidenciales, corrupciones, deterioros ecológicos, dictaduras, genocidios, guerras civiles, insurrecciones, lavado de dinero, marginaciones sociales, narcotráfico, pactos politiqueros, represiones sociales, revolución,...). Estos cataclismos han profundizado aun más el atraso y estancamiento económico del país. Con excepción de los desastres naturales, los descalabros económicos y las catástrofes humanas son, en mayor o menor grado, responsabilidad de los agentes de la economía nacional, no solamente porque se pueden prever o corregir, sino también porque algunos han contribuido a que se reproduzcan y arraiguen estas plagas que perjudican a la nación.

Como parte del problema y de la solución, los empresarios en Nicaragua son también responsables de la situación económica nacional, algunos porque han sido hechores o cómplices, otros por consentidores o abstencionistas; todos porque siempre han tenido ante sí el “doble reto” que los compromete por su posición privilegiada (como criticaba Cantinflas “son más iguales que otros”): “la posibilidad” y el “deber” de mejorar el estado lamentable que sufre la población nicaragüense.

Es en este sentido que la ética empresarial está estrechamente relacionada con la economía y la sociedad nicaragüense, porque fortalece la conciencia de los empresarios en Nicaragua de su responsabilidad. La ética empresarial en Nicaragua por ser insuficiente es imprescindible. Si no atendemos prioritariamente la problemática de la ética empresarial, Nicaragua no saldrá nunca de su atraso. También de la ética empresarial depende la transformación de Nicaragua. Los empresarios en Nicaragua no deben rehuir su obligación

moral con la nación en su conversión, están obligados a erradicar la corrupción que nos mantiene en el subdesarrollo. Los empresarios y sus organizaciones en Nicaragua son actores principales para orientar requerimientos de la sociedad y empujar la conversión de la Nación. En las empresas van a parar igualmente novedosas esferas de obligación moral. La ética empresarial surge como una alternativa de organización provechosa, como una tendencia de superar el retraso.

La continua sucesión de sucesos que se han producido frecuentemente durante las últimas décadas en Nicaragua corroboran la importancia de la ética empresarial. No hace falta exponer hechos, son evidentes. Nicaragua seguirá siendo insegura si los empresarios no cuidan los peligros de apostar a los grupos politiqueros y a las actividades ilegales. La corrupción en sus novedosos procedimientos es primeramente una realización organizativa. Todo atentado contra la ética empresarial es una violación al principio organizacional.

La doctrina económica llamada liberalismo es el corolario de una contraposición: defender más el poder de obrar a su antojo que prudentemente en la sociedad. El capitalismo no puede defender sólo la libertad olvidándose de las injustas desigualdades. El consecuencialismo conduce a una doble moral porque la perspectiva que concede igual peso a los intereses de todos los afectados a la hora de calcular el resultado global es una perspectiva impersonal. Los agentes del mercado deben incluir la ética en sus decisiones porque son responsables de que las reglas del juego social hagan posible la existencia de un mercado libre. El comportamiento ético de los operadores redundará en una mayor eficacia del mercado. La ética, la limpieza, la igualdad hacen eficaces al mercado porque forman parte de su misma esencia. La solidaridad es una obligación del mercado porque sólo será libre cuando sea justo. Lo que cuenta es lo que uno logra limpiamente, por el propio esfuerzo y habilidad, éticamente. El mercado potencia el bien común cuando es verdaderamente libre.

Algo que podemos reprocharle al capitalismo es que la agudeza y creatividad para satisfacer necesidades en el orden de la materia superan el ingenio para satisfacer las necesidades de la sociedad en el orden de la cultura, siendo un campo más propicio para desarrollar las vetas creativas de quien a ella se dedica, e incluso hasta puede ser económicamente más rentable. Las personas marginan la necesidad de los bienes alimentadores de la cultura, que corresponden al cultivo del espíritu. Es éticamente necesario que los empresarios se planteen seriamente la reversión de esta polaridad materialista.

El progreso tecnológico se pone en contra de la humanidad al desvincularse de los criterios éticos de actuación. Ninguna decisión puede desvincularse del entrono, del contexto social y comunitario. La sociedad debe equilibrarse, mas que tecnología necesita "madurez y sabiduría". El bien común es la perfección de la sociedad. Para Charle Handy "examinar el lugar y significado de la empresa en nuestra sociedad" implica "el reto de encontrar de nuevo nuestra naturaleza humana".

En la medida en que la sociedad se legitime a sí misma por los valores éticos que la orienten, los empresarios se verán obligados a compartir los valores vigentes. Las miradas se tornan hacia la empresa como ámbito de regeneración ética de la sociedad. Los empresarios no pueden funcionar al margen de los sistemas de valores vigentes en una sociedad y de las normas que los reflejan. Por la degradación moral decepcionante, la población pone los ojos en aquellos que, por su protagonismo, tienen el deber de dar ejemplo. La sensibilidad social echa de menos que, tras estrategias o decisiones, subyazca algo que no sabe expresar, pero a lo que suele referirse con palabras como credibilidad, confianza y respeto. A lo que estas palabras apuntan es a los fundamentos éticos de la gestión. Estos son los que hacen creíble el testimonio de las palabras y dignos de respeto a quienes las pronuncian. La relevancia social que ha adquirido la empresa en la civilización técnico-industrial ha convertido al empresario en punto de mira del ciudadano, cuando busca referentes de conducta y pautas de comportamiento.

En el momento en que los elementos de la naturaleza para satisfacer necesidades ya no sean insuficientes ya no existirán más recursos a los cuales recurrir. Olvidamos que el medio ambiente es un derecho humano. Estamos obligados a sopesar las consecuencias que sobre el ambiente y calidad de vida tienen nuestras decisiones, para transmitir a las generaciones un mundo habitable. El desarrollo debe ser sostenible, armonizado con las necesidades del entorno en el cual se inscribe. Las exigencias del medio ambiente manifiestan la conciencia de unidad de la humanidad, la necesidad de soluciones globales; y la responsabilidad de todos. Cualquier institución que pueda evitar la destrucción medio ambiental debe hacerlo. El medio ambiente debe ser un factor integrado en las políticas, e incluido en los códigos éticos.

Se dan dilemas éticos en la empresa pero la ética y los negocios no constituyen en sí un dilema. La actividad empresarial en Nicaragua tiene que lidiar con muchas deficiencias, la información es insuficiente y reservada y la desinformación dificulta la diligencia empresarial, por ejemplo: Como ha sucedido con muchos informes publicados por los Bancos y la misma Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras, particularmente los estados financieros de los Bancos, cuyos indicadores revelan “supuestas” razones financieras de liquidez y solvencia, principalmente, ajustadas a las normas establecidas por la autoridad normativa; sin embargo, pocos meses después en diferentes momentos quebraron tres Bancos privados (Banco del Café, Banco Interamericano y Banco Mercantil) y un Banco semiestatal (Banco Nicaragüense de Industria y Comercio). Transparencia es poder conocer. La institucionalización de códigos de ética empresarial en Nicaragua cambiaría la economía. No hacerlo, nos mantendría inmersos en un daño progresivo de fama, una sociedad más miserable y desamparada, una existencia empresarial imprevista, más difícil, en un ambiente insuficientemente liberado. Institucionalizar códigos en las empresas es una conducta obligatoria

de las reglas. La propagación de reglas en las empresas disminuiría en la existencia económica de Nicaragua los espacios oscuros. En la Nicaragua aflictiva las costumbres privativas de la organización establecen la agravación de las diferencias y la exclusión social. Los códigos de ética empresarial son medios de batallar contra la desorganización, fundamentos de justicia natural. Racionalizar las actividades empresariales significa superarlas barreras que contraponen la cooperación y la competencia, lo privado y lo público, la ética y el beneficio, la mujer y el hombre, el mercado libre y el bien común.

### **3. Multirelación de la Ética Empresarial con la Ética Pública y La Ley**

En la actividad económica, “política” y “ética” se encuentran en los puntos cruciales. Sucede con el beneficio o perjuicio moral: la responsabilidad ética y la responsabilidad jurídica no siempre se identifican (a veces se oponen), como cuando se prescriben disposiciones legales que van contra las leyes morales. Para Santo Tomás la finalidad procurada por la persona que atesora fortuna o practica el lucro es esencial para expresar un criterio que distinga lo justo o injusto de su actitud. Previo a recurrir a la legislación, las circunstancias obligan tener un criterio de cualidad. Ética y legitimidad se corresponden. Las vicisitudes son morales o inmorales previamente a su autorización o desautorización por la legislación. El ser humano está obligado a respetar las leyes que constituyen. Una nación es más fuerte estructuralmente si se caracterizan las reglas. Si las conductas no se forjan en la educación de la población acaban por ser infructíferas.

La ética pública es un sistema de reglas de tolerancia cultivada. La ética toma en consideración las conductas de las personas, sin las cuales no puede abordarse con garantía de éxito ningún proceso regulador. La vida va siempre por delante de las leyes. Y la vida, cuando se trata de seres humanos, tiene una dimensión ética. Las disposiciones jurídicas son arrastradas por los hechos novedosos. Uno de los problemas éticos es el cumplimiento de las leyes. El que la población cumpla las leyes es algo que forma parte de su sensibilidad, de su idiosincrasia. Por eso son importantes los hábitos, las costumbres, los ejemplos. La ética es necesaria para que las leyes se cumplan; sin cultura la ética no arraiga. En lo que compete a los empresarios, las leyes prescriben límites a los efectos perjudiciales que pueden causar con sus actividades. Constituyen una determinación imparcial de un balance entre los beneficios y daños ocasionados por la actividad de los empresarios.

Cuando la relación resulta ilícita es cuando hablamos de corrupción<sup>3</sup>. Los ciudadanos nicaragienses piensan que la corrupción es frecuente y que es una

---

<sup>3</sup> Robert Klitgaard ideó una fórmula de la corrupción:  $C=M+D-T$ .

M: se tiene el monopolio de la decisión.

D: se ejerce de modo discrecional.

T: contexto de baja transparencia.

realidad inevitable. La corrupción en Nicaragua constituye un paisaje casi habitual porque quienes han gobernado así lo han deseado. Quien gobierna es responsable de las actuaciones de sus personas de confianza. No admitirlo es encubrimiento. Basta con leer el periódico para enterarse de que en todos lados se viven fenómenos de corrupción, decisiones irresponsables y atentados contra la dignidad humana. Los casos de corrupción se suceden. Es como si los siguientes hicieran olvidar a los anteriores. La corrupción en Nicaragua se presenta como el transporte urbano colectivo de Managua: se aborda a la carrera arriesgándose a caer y ser aplastado, se espera a que aparezca una unidad que se estacione en la parada, o se toma un taxi pagando más.

¿Qué tan corrupto es calificado Nicaragua internacionalmente? En el Ranking de percepción de la Corrupción en el 2,002 elaborado por Transparencia Internacional, publicado por la Revista Business Nicaragua<sup>4</sup>, Nicaragua ocupa la deshonrosa posición 83 como número ordinal entre 102 países, con un pésimo índice de 2.5 puntos (siendo 10.0 puntos el índice óptimo máximo). Los demás países centroamericanos ocupan las siguientes posiciones con sus respectivos índices: Costa Rica, N° 40 con 4.5 puntos; El Salvador, N° 63 con 3.4 puntos; Panamá, N° 67 con 3.0 puntos; Honduras, N° 72 con 2.7 puntos; y Guatemala, N° 82 con 2.5 puntos.

La técnica ha inaugurado espacios sombríos en los que se extiende una novedosa criminalidad de incierta magnitud. Criminalidad urgida de redes mercantiles insospechables. Grandes fortunas ocultas pretenden transformarse en procedimientos de solvencia. Actividades ilícitas necesitan realizar gastos y trasposos, ocultar la procedencia de los fondos y el nombre de sus dueños.

En la lucha contra la corrupción nadie puede constituirse en juez y parte a la hora de decidir. Lo que corrompe es corromper. Es necesario institucionalizar combinaciones judiciales contra el soborno y el chantaje. La corrupción pública sólo puede ser combatida desde el rechazo social. Las actuaciones de los funcionarios pueden combatirse mediante un cambio en la sociedad civil que también pueden llevar a cabo quienes construyen el tejido empresarial.

Asumir en las propias resoluciones las normas éticas y las consecuencias previsibles de las acciones, impide prescindir de las propias obligaciones y cometer desórdenes entre las acciones privadas y públicas de la ética. Las relaciones de los empresarios con funcionarios públicos y políticos es un área conflictiva para las empresas cuando actúan en contextos en los cuales la corrupción es un fenómeno habitual. No olvidemos el dicho que señala que, “la corrupción es como el bolero: hacen falta dos para bailarlo”; expresión que adquiere vigencia nacional con la actual lucha contra la corrupción que prometió librar el Gobierno de la “nueva era” 2002-2006, por las declaraciones vertidas a una entrevista periodística desde la cárcel en la que se encuentra prisionero quien fungiera como Director General de Ingresos y Vice-Ministro de Hacienda

---

<sup>4</sup> Business Nicaragua, Revista Oficial de la Cámara de Comercio Americana de Nicaragua. Año 6. edición N° 32.

y Crédito Público de la administración pública del Gobierno anterior “todo cambiará” 1,997-2,001, noticia que publicó el Diario La Prensa<sup>5</sup>, cuya parte conducente reproducimos textualmente para que los empresarios en Nicaragua “pongan su barba en remojo”:

*“...Jerez arremetió contra empresarios que supuestamente participaron en actos de corrupción que se han quedado al margen de la justicia... En ese sentido calificó de “corruptas” aquellas empresas que también hicieron uso de notas de crédito para el pago de impuestos o que consiguieron exoneración de parte de la DGI [...] porque hasta que los ricos y los medios, que nunca habían pagado, me vieron o sabían que me tenían que ver por eso... Jerez parafraseó a Bayardo Arce al afirmar que “no hay funcionario corrupto, si no hay un empresario corrupto”, a lo que agregó: “Entonces si tan corrupto fue el funcionario, tan corrupto es el empresario privado” [...] En ese sentido cuestionó los beneficios que obtuvo el grupo Pellas sobre las exoneraciones que recibió para la construcción del complejo que construyó en carretera a Masaya... ¿Por qué no es corrupción no pagar los impuestos del edificio de los señores Pellas? ¿No es corrupción eso? y ¿Por qué no dicen nada? ¿Por qué sacan al señor Pellas del juicio al día siguiente? ¿Sólo porque es el señor Pellas? [...]¿Solo soy yo corrupto que lo firmé y no es corrupto el que lo recibió?...”*

#### **4. Vinculación de la Ética Empresarial con la Ética Empírica**

La ética aristotélica es una disciplina política. La pérdida del alcance político de la ética es lo que nos hace renunciar a que la filosofía puede proporcionar una orientación al hombre en su trabajo profesional y en el mundo de las organizaciones. Ética es el conjunto de disposiciones de conducta que la persona debe seguir para obtener una vida mejor. La ética tiene por misión orientar las conductas humanas conforme a razón y responsabilidad. La ética se ocupa de la moralidad de la acción, de la relación de cada acto humano con el bien de la persona y de su conformidad con las normas que especifican una acción moral. Una acción es mejor en la medida en que mejora a quien la realiza. Kant resumió la sustancia de la ética utilizando la fórmula de “dignidad de la persona”. Con ello se entiende que en las relaciones sociales, la persona nunca puede ser reducida a objeto de precio, sino ha de ser tratada como sujeto de aprecio. Este aprecio es el resultado de reconocer la dignidad de la persona, actitud de la que brotan el resto de los comportamientos morales. Las preocupaciones éticas son preocupación por las consecuencias de los actos. Las reglas éticas expresan principios que se refieren a qué debemos hacer, qué es lo correcto para nuestra propia vida o cómo debemos evaluar el carácter de justo o bueno de una acción o conducta. La ética como actividad racional, busca guiar y justificar acciones y decisiones. Uno de los propósitos de la ética es ofrecer

---

<sup>5</sup> Diario La Prensa, Edición N° 22, 734, lunes 20-05-02

alternativas prácticas frente a conflictos concretos. Hacer las cosas que se deben hacer siempre bien, no lleva a tener que arrepentirse y da provecho. Es como los dichos “haz bien y no mires a quien” o “haz el bien y no hagas el mal, y no necesitas otro consejo”. Esto se mete en la cabeza en la escuela, se transmite en el hogar y lo advierte la religión. El valor positivo o negativo constituye una propiedad esencial de las acciones humanas. Para Aristóteles “las mismas causas y medios producen la virtud y la destruyen, lo mismo que las artes”. Los productos del hacer constituyen metas relativas, que se ordenan siempre al bien obrar. Una acción humana libre que sea moralmente mala, no por ello deja de ser acción, humana y libre. Se trata de ordenar la acción desde la perspectiva de lo que es mejor o peor para la persona humana, de acuerdo con su naturaleza. Para Santo Tomás sólo en referencia a la acción humana puede el fin entenderse plenamente; porque sólo se realiza por un fin la acción que responde a una elección, es decir, la acción libre.

Para Polo, la ética se compone de tres partes inseparables: Bienes, normas y virtudes morales.

Según Vaclav Havel (1990) “La estructura de este mundo está constituida por valores que se encuentran ahí continuamente... desde siempre, antes que hablemos de ellos”. Lo previo es aceptar que todas las personas son interlocutores válidos. El acceso es real a la cultura, viene dado. La intuición, la inmediatez de los juicios, el estilo familiar son los valores que más se necesitan, porque apuntan hacia lo que las hace insustituibles a las personas. Captar el valor de cada persona, es una valoración ética. La razón de por qué los comportamientos humanos son susceptibles de calificación moral es porque las acciones humanas presuponen libertad y responsabilidad. Solamente la persona está capacitada para asumir deberes y obligaciones morales de modo libre y responsable en nombre de la razón. Ser moral o amoral es exclusivo de la persona.

Las virtudes son la fuerza interior que modera a las pasiones. La prudencia ayuda a la razón. La prudencia predispone a hacer juicios morales y a actuar con diligencia oportunamente. Para desarrollar la prudencia se debe llevar una vida virtuosa. Como el dicho “si no vives tal como piensas terminarás pensando tal como vives”. La prudencia depende de que se den las otras virtudes. Según Aristóteles “no es posible ser bueno sin prudencia, ni prudente sin virtud moral”. Para Santo Tomás la conexión entre las virtudes se realiza en la prudencia. Las virtudes humanas se adquieren por repetición de actos semejantes. Para que haya virtud moral se ha de actuar de modo deliberado y por razón del bien que se realiza con la acción. La virtud moral es la capacidad de elegir lo correcto, desde la perspectiva del bien global de la persona. Para San Agustín la virtud es una cualidad del alma por la que se vive rectamente. Al percibir la calidad moral de la acción el agente va haciéndose a sí mismo conforme a lo que hace. Para Aristóteles la virtud es “un hábito selectivo que consiste en un término medio relativo a nosotros, determinado por la razón y por aquella por la cual decidirá el

hombre prudente”. Debería elegirse buscando aquello que contribuye al bien humano de la persona y porque es bueno, lo cual exige elegir como lo haría “la persona prudente”. La virtud moral exige libertad. Las virtudes deben ser adquiridas por cada uno. Para Hauerwas y McIntire la génesis de la virtud y la educación moral que requiere son posibles en una comunidad humana unificada por una concepción de la vida buena, por una tradición que pone en confrontación los ideales transmitidos con las nuevas situaciones. “Adquirimos las virtudes mediante el ejercicio previo, como en el caso de las demás artes: pues lo que hay que hacer después de haber aprendido lo aprendemos haciéndolo” (Libro II de la *Ética a Nicómaco*). La virtud se aprende vivencialmente, encarnada en la propia persona o en una persona tan próxima que hace las veces de la propia. Una virtud determinada sólo lo es en conexión con todas las demás: sólo la persona buena realiza acciones buenas. Y la persona buena es la que vive de acuerdo con su fin propio. El ideal es recuperar una ética que integre los valores y las normas sin separarlos de la adquisición de virtudes. Se persigue una visión de la persona unitaria y una antropología integral.

Para Gabriel Chalmeta (1996) el progreso ético es de naturaleza tal que tiene lugar en el ámbito de una comunidad de amistad. Sin diálogo no hay posibilidad de obtener acuerdos sobre valores morales a respetar. Las resoluciones éticas se transmiten a través del entendimiento persuasivo. La toma de decisiones contempla la justicia y la autoridad moral que sigue a un comportamiento ético. La decisión origina el espacio moral. Al proceso de maduración de las decisiones pertenece la toma en consideración de valores morales que toda decisión implica. Al decidir se puede tomar en cuenta la virtud de la prudencia. La justicia, desde el punto de vista moral, es un valor a mantener y una cualidad personal a desarrollar. El alcance de la justicia llega también al ámbito de las convicciones y de las conductas. “Tener autoridad moral” remite a un conjunto de cualidades que hace a quien manda “persona de respeto” y a sus órdenes dignas de ser acatadas. Hay un carácter básico de toda persona, buena o mala, que la hace sustentadora de derechos humanos inviolables. La persona es fuente de valor de toda otra realidad (y de toda otra persona); la razón de la dignidad de la persona es su posesión del espíritu.

Según Ybarra la ética empresarial es un marco jurídico propio por el que se autorizan y sancionan determinadas conductas. Las reflexiones éticas son un fundamento más en el análisis de las resoluciones empresariales. En el discurso ético atribuido a las diligencias económicas se debe unir la claridad y el rigor. La sencillez de la ética atribuida a la empresa procede de su relación con la manifestación moral común. El paso del ser al deber ser conlleva inconvenientes. Es lo que tienen en común la ética y las empresas. La ética es una cualidad propia de toda diligencia empresarial porque acarrea un montón de factores humanos, y los seres humanos atribuimos a nuestro actuar una importancia ética. La persona posee un valor ético propio aunque realice actos contrarios a normas éticas. Su condición de persona no sufre variación alguna

por el tipo de acción que realice en relación con la empresa: todos tienen la misma calidad de persona.

## 5. La Ética Empresarial de los Empresarios en las Asociaciones de Empresarios

Conforme aparece en la Guía Telefónica de Nicaragua<sup>6</sup>, el sector empresarial nicaragüense tiene varias asociaciones (cámaras, comisiones, consejos, federaciones, institutos, uniones, etcétera, ...) de empresarios según la actividad de la empresa, el tamaño (no grande) de la empresa, el comercio con algún país, gremios y hasta desarrollo o “vitrina” para captar donaciones, que integran cada una de ellas no muchas empresas. Algunas de ellas integran a su vez el Consejo Superior de la Empresa Privada (COSEP), única organización a la que toman en cuenta los Gobiernos de turno. Esta cúpula de la empresa privada que dice velar por los intereses de la empresa nicaragüense y se autoproclama como su representante, ha sido tildada de “jalar agua para su propio molino”, de “camaleón que cambia sus colores según la ocasión”, de “ser más iguales que otros”, de “pequeño country club que actúa de manera complaciente con las políticas del Gobierno” (como manifestó el empresario Manuel Ignacio Lacayo<sup>7</sup>), entre otras apreciaciones peyorativas. El COSEP ha sido muy beligerante defendiendo siempre sólo una parte de la empresa “integral”, la causa del empresario “dueño” o “patrón”, presto a aliarse con el Gobierno de turno con la condición de proteger su bandera.

Para superar estas paradojas, las asociaciones de empresarios en Nicaragua, particularmente el COSEP, deberían utilizar los métodos modernos que ha desarrollado la propia administración de empresas, como la “reconversión”, integrando en sus políticas la ética empresarial principalmente, implementando su propio código de ética empresarial que no sólo sea aplicado internamente sino que abarque a sus asociaciones miembros, a los miembros de las asociaciones y a los empresarios asociados. De esta manera, las asociaciones de empresarios en Nicaragua podrían convertirse en los líderes de la ética empresarial, nuevos paradigmas de los empresarios. El problema de las asociaciones de empresarios en Nicaragua es que muchos de sus dirigentes y miembros no tienen autoridad moral ante la opinión pública para “lanzar la primera piedra” porque tienen “techo de cristal”. En este sentido, valga recordar que el propio Presidente del COSEP durante el Gobierno de la Unión Nacional Opositora “sí puede” 1991-1996, fue uno de los clientes (contados con los dedos de una mano) favorecidos con la mayor parte de la cartera crediticia del extinto Banco Nacional de Desarrollo, Banco estatal “supuestamente” creado para financiar a los pequeños productores y quebrado entre otras cosas precisamente por no recuperar los

---

<sup>6</sup> Guía de Publicar, S.A. 2,002.

<sup>7</sup> Periódico El Nuevo Diario, Edición N° 6,694, jueves 08-04-99.

préstamos, deudor además “moroso” que para colmo recurrió al “autoembargo” para evadir el cobro judicial.

Anteriormente analizamos la relación de la ética empresarial con la economía y la sociedad en Nicaragua, destacando las abstenciones de los empresarios que contravienen su compromiso, por ser privilegiados, ante lo que llamamos el “doble reto” de la “posibilidad” y el “deber” con el desarrollo económico del país. Con ello nos referimos a la omisión indebida –omisión de acciones debidas– de los empresarios en Nicaragua, cuando no reaccionaron oportunamente para reconvertir su estrategia empresarial ante el deterioro progresivo de los injustos términos de intercambio del comercio internacional; por su egocentrismo y egoísmo fueron incapaces de planificar prospectivamente la diversificación de su inversión. Parece “cuento” contar que un ex-jefe hijo de un gran productor cafetalero nicaragüense relataba que, siendo adolescente, cada vez que entraba al garaje de su domicilio tenía que escoger entre diecisiete vehículos parqueados. La omisión indebida de los empresarios en Nicaragua es una deuda moral. El hecho de que los empresarios en Nicaragua no hayan emprendido actividades contingentes para contrarrestar el desequilibrio comercial, que se supone parte de su habilidad, perjudicó a la economía nacional y ha quedado desapercibido. Estas omisiones indebidas, que no sólo eliminaron sino que también impidieron la generación de empleos e ingresos en Nicaragua, frenaron la economía nacional. Los empresarios no deben ser evaluados sólo por sus errores o avaricia, sino también por su discordante pasividad. Para José María Ortiz Ibarz (1995), en el mundo de las actividades económicas, “quienes pueden hacerlo, deben hacerlo. Tienen un deber moral”. La falta de ingenio en la empresa suscita omisiones indebidas. El capital de la empresa queda estático si no hay ingenio que lo movilice, es una omisión indebida del empresario, de quien se supone tiene la capacidad. El incumplimiento de las obligaciones de los empresarios es una omisión indebida que origina déficit que urge de subsidios.

Asimismo son reprochables las omisiones indebidas de los empresarios que han alterado la ecología. Un problema ético de los empresarios son las consecuencias no intencionales que produce el logro de los objetivos intencionados, cuando no se ocupan más que de éstos. El deterioro ecológico ejemplifica el principio de los efectos resultantes. Se trata del principio moral según el cual no se debería permitir el conseguir objetivos intencionados buenos, si las consecuencias que produce el logro de esos objetivos son perjudiciales. Los empresarios deberían de tomar en cuenta que la libertad conlleva responsabilidad. Los empresarios son libres de hacer lo que quieran; pero son responsables de las consecuencias que provienen de sus actos. Los empresarios no ejercerán influencia en la economía y la sociedad, sino se responsabilizan de sí mismos, de su familia y de su empresa.

Aunque entrañen absurdos, debemos reconocer que los empresarios ofrecen productos y servicios que facilitan la vida, con un costo muchísimo menor que si cada persona se las arreglara por sí sola. Los empresarios deberían sentirse

orgullosos de su papel, lo que les debería preocupar moralmente es no emprender todo lo que debieran. Tampoco debemos olvidar que en Nicaragua los empresarios fueron afectados fuertemente durante la década (1980-1990) del Gobierno Frentista “sólo los obreros y campesinos irán hasta el fin”, con su fracasado intento de estatizar la economía en contradicción con la empresa privada. El malestar causado por el espectro del pasado reciente se manifiesta en una reactivación de la empresa privada cargada de desconfianza, egoísmo y rencor, a cargo de empresarios ansiosamente ocupados en recuperar y reproducir el capital y el tiempo perdido, con todo el coste de oportunidad implícito.

Juan Pablo II tildó de capitalismo salvaje la corriente que pretende que el capitalismo sea indultado de preceptos éticos. Los empresarios reproducen el materialismo de la civilización. Francis Fukuyama ha denunciado que la empresa no asume ímpetus para enfrentarse a la indignación general. Según Dostoievski, sin virtudes dominantes, se tolera todo. Las personas no requerirían practicar el control de sí mismos que les es innato. La ética se demuestra con acciones. Las prácticas de las empresas revelan las reglas que los empresarios esgrimen para solucionar dificultades. Carr asemeja las normas de las empresas con las de los juegos de cartas; los empresarios son tahúres que compiten: las normas pasan por alto sacar provecho engatusando. En la realidad los empresarios ajustan la realidad conforme a los intereses de su empresa. El empresario que no consiga derrotar en una partida sigue apostando a la espera de otro lance. Galbraith pone a la mafia como modelo de correspondencia bimodal por ser una institución que fundamenta su poder consiguiendo que sus asociados cumplan las raras normas particulares, sanguinariamente sancionadas. Si el empresario comete una mala acción para obtener un buen resultado, aunque externamente sea buena es internamente mala. Los empresarios que admiten pagos de comisión exigidos ilegalmente, colaboran a que continúe dándose dicho mal; perjudican a los demás y comprometen su independencia. Los empresarios quieren actuar bien moralmente, “si los demás también lo hacen”, pero no lo hacen porque “no quieren ser los únicos”. Si “la mayoría lo hace” no excusa a los empresarios para hacer lo que “saben que no esta bien”. La corrupción tiene muchas puertas de entrada, pero tiene pocas puertas de salida.

Asombran algunos empresarios en Nicaragua rápidamente exitosos que apartan los valores morales en su comportamiento “maquiavélico”, fracasando después al ser denunciados o acusados, terminando como prófugos o presidiarios. Ciertos empresarios en Nicaragua han sido, unos siguen siendo y otros recién son, aliados de la corrupción. Esta complicidad ha perjudicado a la empresa privada en Nicaragua, propiciando desconfianza y ahuyentando la creación de nuevas empresas. Esta práctica no tiene excusa porque, si quieren, pueden usar métodos modernos de prevención. “No la hagas y no la temas” y pensemos lo importante que es tener la conciencia tranquila y dormir sin preocupaciones extras. Los empresarios escogen una alternativa entre varias opciones, cambian en positivo lo normativo. Para evadir su obligación se ha ideado un método ético de falsa

moralidad, para sortear resoluciones dificultosas sin obstaculizar la implantación de preceptos decorosos de la empresa. La evidencia del pleonasma “negocios son negocios” es que la conducta de los empresarios en su empresa difiere de sus diversas conductas en otros ambientes. Puesto que en distintos ambientes están sujetos a juicios éticos disimulados, advertimos una demencia ética diversa, que reproduce muchos sinvergüenzas y fingidos que se conducen distinto en toda circunstancia fundamental: padecen de cohesión y carácter reales. La correlación entre el empresario y su persona es una disyuntiva ética porque es inevitable. Al quitarse el carácter personal el empresario no se le imputan a él la indiferencia, obcecación y rigidez que se le asignan a la empresa que no merece ser éticamente tildada. Una paradoja moral de la empresa es que el empresario diluye el alcance moral que procede de su inversión, al estar encubierto por la persona jurídica de la sociedad anónima. La separación del empresario y su persona sustenta la doble moral. Los empresarios están sometidos a obligaciones morales de las que se exceptúa a la empresa. Otro problema de doble moral es cuando los empresarios ponen en circulación en la sociedad supuestos bienes que no tienen en su hogar. Bajo la responsabilidad de los empresarios caen los perjuicios que ocasionen por dar satisfacción a demandas que son dañinas para las personas.

Al relegar los valores morales hemos rebajado la ética de la conducta en nuestra cultura. Esta realidad, en la que se desarrolla el empresario, afecta su dirección y lo predispone a contrarrestar la irresponsabilidad ética, causada por el entorno. Los empresarios en Nicaragua deberían realzar su importancia y quitarles a los políticos el protagonismo que detentan. Los empresarios pueden ayudar a reivindicar la cultura y la base social. La responsabilidad social de los empresarios es parte de la función social de su empresa. Los empresarios deberían asumir la obligación ética de la prosperidad ilimitada del ser humano. Al aplicar el principio personalista de totalidad los empresarios actúan en provecho de todas las personas, basándose en que cada una tiene también significado de totalidad por ser un todo de significado, tanto que el alcance de cada una alcanza toda realidad, inclusive a otras personas. Los empresarios deben dirigir responsablemente, ordenando su comportamiento a valores morales que forman su carácter ético. Las virtudes morales de los empresarios son necesarias para un buen funcionamiento de su empresa por cuanto facilitan el autocontrol de las pasiones, tomar decisiones con sabiduría práctica, liderar de modo efectivo la empresa y fomentar una cultura empresarial con calidad ética.

Los valores morales influyen en la toma de decisiones y en la ejecución de proyectos. Las resoluciones de los empresarios deberían estar basadas en principios morales. Dirigir demanda adaptarse a valores éticos. En ello radica la obligación moral para Kant: Que las resoluciones se adapten a los imperativos de la razón. Con las resoluciones y con las obligaciones se ordenan los valores que dan mérito a los empresarios. Comportarse moralmente forma el carácter ético de los empresarios, les confiere características que concientemente los

dirigen, señalan la moralidad de su carácter: moderados al resolver, emprendedores, respetuosos, veraces al declarar y rigurosos al dirigir. Junto a esa cultura que facilita que la habitual comunicación sea correcta, en el fondo la cultura de los empresarios recoge las formas de ejemplificarse sus cualidades éticas. Las actuaciones éticas favorecen el liderazgo de los empresarios. Los empresarios lideran más por lo que son que por lo que dicen; y lo que son se manifiesta en lo que hacen. El modo de actuar es más elocuente que declaraciones de buenas intenciones. Las virtudes, al ser disposiciones estables, dan continuidad a la acción, contribuyendo a evitar actuaciones incoherentes con las declaraciones de principios. Los empresarios crean modelos de conducta que son imitados.

Conforme Hampden-Turner, los empresarios deben ser maestros de las contradicciones. Se debería condenar que haya buenos empresarios obteniendo éxitos económicos, y malas personas infringiendo principios de valor absoluto bajo cuya guía deberían conducirse. Los empresarios se rejuvenecen viviendo con los dilemas, se caracterizan por conciliar lo que se considera extremos opuestos. La solución es ética, la solución se encuentra en la persona, conlleva la afirmación de otros criterios que los empresarios deben tener muy en cuenta: las personas tienen prioridad sobre el sistema (pues en último término el sistema es configurado por las personas), las personas son superiores a las cosas (pues las cosas son manejadas y transformadas por las personas). La alternativa que también se ofrece a los empresarios es la de poner en el mercado productos diseñados para personas racionales. Cambiar la cultura en un giro de 180: difundir inteligencia en las personas. Pasar de la cultura del consumismo a la cultura del ahorro, sería el servicio más importante que los empresarios pueden aportar a la sociedad. La mejor forma de servicio que pueden ofrecer los empresarios es la de poner en el mercado bienes y servicios serios, que expansionen la capacidad humana. Los empresarios deberían apreciar el valor de tener una buena reputación. Los empresarios que inclinan su empresa hacia el bienestar de las personas que la integran y con las que se relaciona, hacen un trabajo moral bueno. La satisfacción de lo realizado propicia una atmósfera moral de coexistencia, de afecto y cooperación, que proyecta ante la sociedad una imagen de empresarios moralmente exitosos.

## **6. La Ética Empresarial de los Empresarios en las Empresas**

Hemos reflexionado sobre el tema de la ética empresarial en Nicaragua analizándolo como un todo, recorriéndolo fugazmente desde lo general en su máximo alcance con la economía nacional y la sociedad en su conjunto, pasando por lo especial relacionado con la ley y la ética pública, enfocando lo conceptual de la ética empírica, hasta lo representativo desde la perspectiva que atañe a las asociaciones de empresarios. Ahora trataremos a manera de conclusión sobre lo particular de la ética empresarial, lo propio de la empresa. Partiremos de la obvia composición piramidal del sector empresarial nicaragüense según su

tamaño: muy pocas empresas grandes en la cúpula, pocas empresas medianas en la parte media superior, muchas empresas pequeñas en la parte media inferior y el sector informal en la base de un triángulo isósceles cuyo lado desigual es mucho más largo que los lados iguales. Para que tengamos una idea de lo grande de las empresas nacionales, nos referiremos al ranking de las 200 empresas más grandes de la región –de América Central y República Dominicana–, publicado por la Revista *Estrategia & Negocios*<sup>8</sup>, investigación que revela que tan sólo nueve empresas nicaragüenses clasificaron. La composición del sector empresarial nicaragüense según su tamaño es relevante para imaginarnos las posibilidades de institucionalizar la ética empresarial como política en las empresas, tarea ardua que compete en gran parte al sistema nacional de educación. Es sabido que el mayor peso de la economía nacional recae sobre las medianas y pequeñas empresas y el sector informal, que generan más del 90 % del empleo, lo que hace aun más difícil la institucionalización de la ética empresarial en el sector empresarial en su conjunto. Es utópico pensar que las pequeñas empresas implementan códigos de ética formales. Es por eso que los empresarios en Nicaragua que tengan empresas verdaderamente organizadas tienen la mayor cuota de responsabilidad de dar el ejemplo. Por nuestra parte abordaremos lo ideal de la ética empresarial para la empresa como común denominador, exponiendo el fondo y la forma de su contenido.

La empresa es una colectividad de seres humanos coordinados que persigue la liberación y el bienestar general. La ética ayuda a clarear el trabajo productivo y encamina a la empresa hacia un objetivo definido: hacer más humana a la persona. El fin de la empresa es la satisfacción de las necesidades y la contribución al desarrollo de las personas que participan en ella, mediante la producción eficiente de bienes y servicios útiles. La relación de la persona con la organización a la que se encuentra ligada deberá estar enmarcada por los principios éticos que realcen su valor como persona y el valor de la empresa como comunidad. Los empresarios deben atender los resultados materiales, la satisfacción de los implicados en la acción y el desarrollo humano de las personas que llevan a cabo la acción empresarial. La preocupación por el fomento de virtudes morales de directivos y empleados ha de ser prioritaria para los empresarios. Para facilitar el desarrollo ético, los empresarios influyen ayudando a hacer decisiones moralmente correctas y motivando una intención recta que lleve a elegir correctamente por razón del bien humano inherente a la acción.

Para Mark Patin el objeto de la ética empresarial es educar a los empresarios a distinguir entre lo reprochable y lo irreprochable, precisando las virtudes de la empresa, y fijando normas que manifiesten la responsabilidad entre trabajadores, clientela y contratados a fin de cosechar una primordial certidumbre en las correlaciones empresariales. La ética empresarial ayuda a transformar las

---

<sup>8</sup> *Estrategia & Negocios*, Red Castle Group, octubre 2001, N° 27.

disyuntivas en factores compatibles, contradicciones con las que hay que coexistir. La ética empresarial pretende alcanzar principios éticos de la empresa ideal: limpieza, claridad, confianza, excelencia, veracidad,... Para que prevalezcan las prácticas correctas, el empresario debe cuidar que en todas sus actividades las personas se conduzcan virtuosamente. Las virtudes morales de la empresa influyen en directivos y empleados, proporcionando un carácter maduro, facilitando la toma de decisiones que precisan prudencia, posibilitando el liderazgo, y creando una cultura empresarial con calidad ética que favorezca la continuidad. Los empresarios favorecen el desarrollo de virtudes a través de la cultura empresarial, la institucionalización de principios y criterios éticos en la empresa, la conducta ejemplar, y diseñando formas organizativas y sistemas de dirección que faciliten el desarrollo humano.

Jhon M. Elegido ha definido una escala de prioridades en las responsabilidades de los empresarios: 1º) Descargar sus responsabilidades primarias. No causar daño intencionalmente, ni tampoco como resultado colateral de sus actividades cuando no hay una causa proporcionada; cumplir la ley; evitar fraudes; cumplir sus compromisos contractuales contraídos con consumidores, acreedores, proveedores y empleados; proporcionar a los accionistas un rendimiento acorde con el nivel de riesgo que asumen al invertir en la empresa. 2º) Reducir o compensar los perjuicios que se causan a terceros como efecto colateral de la actividad de la empresa. 3º) Si se ha generado suficiente valor económico para satisfacer las responsabilidades, el siguiente nivel de responsabilidades incluye hacer partícipes a accionistas, directivos y empleados en la prosperidad de la empresa; sostener iniciativas que merezcan apoyo en la comunidad; y expandir las operaciones de la empresa, contribuyendo a la creación de puestos de trabajo y a la satisfacción de las necesidades de la sociedad.

Es aconsejable tratar a las empresas con las peculiaridades del mundo de la gente ordinaria. En vez de impersonalizar como el mercado o despersonalizar como el Estado, la empresa debe personalizar. Se dan cinco niveles de personificación en la empresa: del trabajador directivo, del trabajador operativo, del inversionista, del consumidor o cliente y del vendedor o proveedor. Según Robert Simons, los sistemas de creencias y valores son concisos, valiosos y motivantes. Inducen a los empleados a adaptarse a los principios de los negocios: cómo las empresas crean valor (el mejor servicio al cliente); la palanca del desarrollo de la empresa (en busca de la excelencia); y cómo se espera que los individuos se manejen con las relaciones internas y externas (respeto por el individuo). La visión tradicional supone que una empresa está definida por sus reglas oficiales y formales. La empresa puede comprenderse a través de sus estatutos, manuales de procedimientos, reglas de conducta, expresiones tales como la misión, slogans y códigos de ética. En la empresa se procura que los objetivos, el liderazgo y la autoridad se construyan sobre reglas aceptables. Las reglas son una presentación de la empresa y de regulación de las relaciones internas de sus miembros y de éstos con el entorno.

Los reglamentos de ética empresarial son un conjunto de normas que se crean por decisión de la jerarquía suprema de la empresa con la finalidad de encarrilar la conducta coherente de los empleados de la empresa con los objetivos que establece la administración y que se hallan sustentadas por puniciones. Los reglamentos son revelaciones del carácter de la empresa y de su cultura. Los reglamentos de ética empresarial son el fruto de una determinación de la administración de difundir los cánones con los que se proponen retratar a la empresa y encauzar el comportamiento de los integrantes. Este encauzamiento permite fomentar actitudes convenientes o precaver actuaciones inconvenientes. Los reglamentos de ética empresarial procuran servir de instrumental que permita identificar inconvenientes y posiblemente ventilarlos de conformidad a los fines perseguidos. La aceptación de un código ético introduce en una perspectiva moral; representa unos contenidos objetivos, fijos, admitidos por todos, no negociables. Cuando existe una referencia ética objetiva –tenida por válida por todos los miembros de la empresa– las acciones pueden ser juzgadas como correctas o incorrectas. La elaboración de un código de ética empresarial supone una reflexión acerca de los problemas éticos que surgen en la actividad empresarial –mercadeo, producción, dirección, finanzas– y obliga a quienes rigen la empresa a detectar esos problemas, y pone en sus manos la posibilidad de exigir el cumplimiento de las soluciones. Una política de reglas claras y un código de ética empresarial sirven para informar sobre cuales son los principios y las reglas que se esperan que las personas utilicen para conducir sus actividades. Un código de ética empresarial efectivo debe ir acompañado de una política que permita reconocer de qué modo esas reglas son puestas en práctica por la acción de los integrantes de la empresa, los clientes, los proveedores y los contratistas. Un código empresarial tiene que ser regulador: debe proteger el interés público y de aquellas personas a quienes sirve la empresa regulada, no debe referirse a aspectos negativos de los competidores; y tiene que ser controlable y controlador.

Para Stephen Robbins un clima organizacional que estimule echar mano de resoluciones de éticas contará con reglamentos éticos documentados, una conducta ética de parte de la gerencia, observaciones razonables de ejecución, valoraciones de ejecutoria que consideren tanto los procedimientos como las finalidades, el reconocimiento notorio y las recompensas para los empleados que demuestran una conducta ética, y penas sensibles para los que proceden sin ética. Inicialmente son las normas, seguidamente la demostración de los que administran y únicamente a la sazón recompensar o castigar. El método legendario (método formal) precisa las virtudes a los que la empresa anhela y sirve de modelo. El reglamento legendario está constituido por las reglas formales y difundidas que instituyen la determinación entre lo autorizado y lo desautorizado –o las actuaciones irreprochables y reprochables– y advierte castigos para los transgresores. Este método de normas comprende dos aspectos agregados: emana de una jerarquía reconocida y legalizada para declarar esas

normas, y es difundido. La existencia de los reglamentos legendarios y empíricos implica aceptar tanto las normas formales como las informales para precisar la empresa y la conducta de sus empleados. Los sistemas formales son las reglas que permiten reconocer cuáles son los objetivos y las metas a los que se debe aspirar, de qué modo se espera que los demás se comporten y qué expectativas se tienen respecto de cómo conducirse en la empresa, con sus clientes, proveedores y con el resto de la sociedad.

Se le denomina círculo virtuoso a la inferencia de cómo la conformidad del comprador origina significativos dividendos, y esa conformidad del empresario resulta en inversiones que consiguen más conformidad del trabajador, lo cual se termina convirtiendo en un trabajo mejorado, productos mejorados, y una conformidad notable del consumidor. Los seres humanos de ningún modo deben ser manipulados como medios puesto que todo ser humano es un bien en sí mismo. Los empresarios deben de integrar a los trabajadores en un proyecto común, abonar una remuneración justa, dar un trato correcto anteponiendo la consideración de personas a la de recursos, basar la selección de personal en pruebas objetivas, evitar discriminaciones, informar, fomentar la comunicación interna, proporcionar la formación adecuada, prestar atención a la seguridad e higiene, garantizar puestos de trabajo. Por su parte, los trabajadores deben cuidar y proteger los bienes de la empresa, actuar con mentalidad de ahorro, no solicitar, ni aceptar de proveedores clientes dinero ni regalos que condicionen la vida de la empresa, considerar el uso de huelga como recurso último, realizar el trabajo con la atención debida para obtener el mejor rendimiento posible. Respecto a los socios y accionistas, la empresa debe producir lícitamente los beneficios que justifiquen la inversión e incrementen su valor, informar acerca de los proyectos de futuro recabando su aprobación, no facilitar información que privilegie a unos accionistas frente a otros. Clientes, consumidores y usuarios deben tener considerados como los destinatarios que justifican la existencia y el crecimiento de la empresa, por ello, debe ser garantizada la calidad de los productos, la información tiene que ser veraz, los errores deben ser subsanados de forma inmediata, tiene que justificarse el servicio postventa, y el diseño, producción y distribución de los productos y servicios debe garantizar la satisfacción de necesidades. La empresa debe atender la integridad, la seguridad y salud de los consumidores, usuarios y clientes.

Para conseguir que los mediadores y distribuidores se sientan identificados con la cultura empresarial, las relaciones con la empresa deben ser leales recíprocamente al contrato de colaboración inicial, y deben valorar las modificaciones en la producción y comercialización. Los códigos de ética empresarial deben incluir la equidad, el respeto a la identidad de cada uno de los proveedores –organización, proyección, marca– y evitar ponerlos en enfrentamiento. Para que las relaciones de una empresa con sus competidores se muevan dentro del marco de la lícita competencia es preciso mantener una actitud de mutuo respeto que se debe traducir en el uso leal de la información, en

no contratar personal cualificado de la competencia para apropiarse de conocimientos vitales, y en anunciar los productos propios haciendo referencia sólo a sus características evitando comparaciones gratuitas. Las responsabilidades de los empresarios con la comunidad circundante van desde facilitar a los trabajadores la participación en actividades cívicas hasta la obligación de contar con una cobertura de seguros que subsane los daños a personas o bienes ajenos, y atender las obligaciones fiscales.

En la finalidad de la empresa ha de prevalecer el servicio sobre la ganancia. En la estrategia de la empresa se ha de atender a los principios con el mismo cuidado que a los objetivos o resultados. En los resultados atender también a los efectos resultantes. Los principios que los empresarios deben tener en cuenta se refieren al bien, los medios, los efectos desproporcionados, los valores, las virtudes, la potencialidad de la acción para erigirse como norma de conducta, la relación entre el bien común y el bien privado, la persona como fin, la imparcialidad del bien, la valoración del prohibir y el del permitir, y la valoración de las propiedades negativas y afirmativas. Es éticamente exigido para los empresarios respetar la dignidad y la sociabilidad del ser humano y la primacía de las personas sobre las máquinas, los procesos, o las estructuras organizativas. Los empresarios también deben respetar los derechos ajenos y cumplir los deberes contractuales con igual prioridad.

Lo que intente vender el empresario, y la forma de venderlo, debe procurar guardar una relación franca, veraz, leal. Los empresarios deben tener presente también la lealtad en la lucha con otros competidores. Al lenguaje retórico se le exige verosimilitud, lo cual comporta el que los empresarios utilicen medios proporcionados a la finalidad que se propone. Los empresarios tienen obligaciones hacia el cliente de velar por la equivalencia de valor en los intercambios, presentar de forma clara y honesta los bienes y servicios, investigar en las posibles mejoras de los bienes ofertados, respetar la libertad de elección de los consumidores y aceptar los estándares de la comunidad. El empresario debe observar la autonomía del consumidor y considerar la justicia conmutativa y distributiva. El mercadeo tiene contingencia ética: ajustar el artículo a los requerimientos del cliente; y en ese acomodo estriba la autenticidad. Cicerón afirmó que un atributo de la credibilidad de la expresión convincente es el comedimiento, el cuidado de correspondencia entre lo que se persigue y los mecanismos que se usan.

Los empresarios deben utilizar los códigos de ética empresarial para autolegalizar las diligencias particulares de su empresa antes de que las leyes interpelen las anomalías. Los manejos corruptos terminan corrompiendo la empresa. La eficiencia de los códigos se revela al emplearse sin reservas.

**Bibliografía**

1. Alejandro Serrano Caldera. *Estado de Derecho y Derechos Humanos*. 1ª edición. Editorial Universitaria, UNAN-León. 2000.
2. Alejandro Serrano Caldera (Editor). *La Democracia y sus Desafíos en Nicaragua*. CIELAC/UPOLI/Fundación Friedrich Ebert. 2001.
3. Alejandro Serrano Caldera. 2ª edición. *La Unidad en la Diversidad*. 1998.
4. Alejandro Serrano Caldera. *Los Dilemas de la Democracia*. 2ª edición. Hispamer. 1998.
5. Carlos Llana Cifuentes. *Dilemas de la Ética Contemporánea*. 1ª edición. Fondo de Cultura Económica. 1997.
6. Doménech Melé Carné (Coord.). *Ética en el Gobierno de la Empresa*. 1ª edición. Ediciones Universidad de Navarra S.A. 1996.
7. Francisco Ramírez Torres. *Los Delitos Económicos en los Negocios*. 1ª edición. 1998.
8. José María Ortiz Ibarz. *La Hora de la Ética Empresarial*. 1ª edición. McGraw Hill. 1995.
9. Roberto de Michele. *Los Códigos de Ética en las Empresas*. 1ª edición. Ediciones Granica S.A. 1998.
10. Theodor Geiger. *Moral y Derecho. Política con Uppala*. 1ª edición en castellano. Editorial Alfa. 1998.