
Ètica en els negocis

PID_00273646

Carlos Abadía Jordana

Temps mínim de dedicació recomanat: 3 hores





Carlos Abadía Jordana

L'encàrrec i la creació d'aquest recurs d'aprenentatge UOC han estat coordinats per la professora: Natàlia Cugueró

Primera edició: març 2020
© Carlos Abadía Jordana
Tots els drets reservats
© d'aquesta edició, FUOC, 2020
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Realització editorial: FUOC

Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit del titular dels drets.

Índex

Introducció	5
1. Conceptes fonamentals sobre ètica	7
1.1. Conceptes sobre l'ètica	7
1.1.1. Introducció	7
1.1.2. Orígens i definició d'ètica	7
1.1.3. L'ètica i la llei, tenen alguna cosa a veure?	9
1.1.4. Consideracions sobre el contingut de l'ètica	10
1.2. El marc de l'ètica dels negocis	11
1.2.1. Ètica <i>stricto sensu</i> i principis	11
1.2.2. Per què una ètica a l'empresa?	12
1.2.3. Responsabilitat ètica de l'empresa? Responsabilitat ètica de la persona	12
2. Comportament ètic a l'empresa	17
2.1. Ètica i servei al client. El client com a objectiu final de l'empresa	17
2.1.1. Client com a peça fonamental de l'actuació de l'empresa	17
2.1.2. Consumidors i clients. Drets des d'un punt de vista ètic	18
2.1.3. Protecció del consumidor i llibertat de decisió	19
2.2. Ètica en relació amb el client: el cas específic de la publicitat	20
2.2.1. Publicitat i publicitat no ètica	20
2.3. Annex. La Declaració Universal dels Drets Humans (articles resumits i extractats)	22
3. Ètica i frau: suborn i extorsió	24
3.1. Fraus. Principi de veracitat en les transaccions	24
3.1.1. Veracitat com a principi ètic	24
3.1.2. Definició de frau	25
3.2. Suborn i extorsió	25
3.2.1. Conceptes de suborn i extorsió	25
3.2.2. Justificacions davant aquestes conductes	26
3.2.3. Suborn i extorsió: judici ètic	27
3.2.4. Altres supòsits de suborn o similars	30
3.3. Més sobre el frau. Fonaments	31
3.3.1. Objecions al frau	31
3.3.2. Accions contra el frau	32
3.4. Què fer per propiciar l'ètica a l'empresa?	34

3.4.1.	Un cas paradigmàtic de conflicte ètic i frau a l'accionista, clients, proveïdors, pensionistes: Enron	34
3.4.2.	Algunes qüestions a considerar per tenir una empresa ètica	35
3.4.3.	Annex. Frases relacionades amb la corrupció a l'empresa sobre les quals s'ha de debatre	38
Bibliografia		39

Introducció

Evidentment, un dels objectius d'aquest mòdul és ajudar-vos a tenir un esquema conceptual bàsic que us ajudi, d'una banda, a identificar els dilemes ètics que pugueu trobar en el treball professional i que es produeixen amb molta freqüència en les empreses, i d'altra banda a tenir criteris sòlids per a la resolució d'aquests conflictes i la posada en marxa de la decisió èticament correcta.

Durant el mòdul us presentarem alguns casos relacionats amb conflictes ètics, en els quals pretenem aclarir els criteris de decisió.

1. Conceptes fonamentals sobre ètica

En aquest apartat, intentarem transmetre els conceptes bàsics de l'ètica donant una sèrie de consideracions des d'un punt de vista general. En la segona part del mòdul, tractarem tot allò relacionat amb l'ètica en els negocis i la seva concreció en l'empresa.

1.1. Conceptes sobre l'ètica

1.1.1. Introducció

Quan en aquest mòdul parlem d'**ètica**, ho fem sobre conceptes en els quals, tant des d'un punt de vista filosòfic (l'ètica té molts vincles amb aquest saber) com d'aplicació pràctica, hi ha hagut moltíssimes definicions i intents de definir-los.

En aquesta assignatura nosaltres optarem per definicions que han estat comunament acceptades (aquelles en les quals no hi ha grans discrepàncies entre els experts que es dediquen a l'ètica) i orientat a l'acció de decidir, que és on ha d'acabar tot el procés de decisió ètic no especulatiu. En l'ètica empresarial, com en tot allò referent a l'empresa, ha de trobar-se clarament orientat a l'acció.

En aquest mòdul seguirem un **concepte pràctic de l'ètica**, en tot allò que ha de ser el fonament de l'acció, i més concretament de l'acció en l'empresa. Per això, encara que fem referència als fonaments, sempre ho centrarem en la seva aplicació pràctica, en la mesura que es pugui.

1.1.2. Orígens i definició d'ètica

La paraula *ètica* prové del la paraula grega *éthos*, que fa referència a **hàbits o actes** de repetició que conformen el caràcter de la persona, que realitza de forma repetitiva determinats comportaments, els quals són els propis d'un ésser racional i lliure.

La seva repetició (avui ho anomenaríem «virtuts») fa l'home més virtuos, en tenir l'hàbit de fer el correcte, i per tant, més home.

Ho distingien els grecs de la paraula *éthos*, que podem traduir com a **costum**, amb la qual es referien a aquelles accions que es realitzen de forma usual o monòtona sense que siguin objecte d'una decisió conscient i lliure, sinó d'un determinat costum vist com a bo per la societat.

Per tant, amb la paraula *éthos*, d'on nosaltres agafarem el concepte d'ètica, es referien a l'acció habitual i constant de l'únic ser racional, l'home, dirigida a realitzar el que, des de la raó i llibertat, és bo. Aquest és el concepte clàssic d'ètica.

Definició d'ètica

Ciència filosòfica o coneixement sistemàtic que té per objecte l'acció humana i la seva licitud (bondat o maldat) d'acord amb la pròpia naturalesa humana, la seva acció en la societat i l'impacte que té en l'entorn, així com els principis, les normes i els valors que han d'orientar aquesta acció per considerar-la bona o dolenta.

Per tant, quan sentim que un comportament no és ètic, vol dir que no està conforme amb els principis, les normes o els valors que orienten aquesta acció i que, com veurem, són universals, o han de tenir una aplicació universal.

Per això, l'ètica té com a objectiu prioritari del seu camp d'estudi l'**acció humana** i el seu efecte en la societat. Koslowski deia el següent:

«La tasca de l'ètica com a doctrina de l'actuació correcta [...] ha de servir per a la transmissió d'aquestes normes cap al món de la vida concreta i les seves actuacions».

L'ètica, per tant, es fonamenta en criteris i normes universalment acceptats, amb independència de les morals subjectives, que clarament cauen fora del camp de l'ètica.

Per això, l'ètica no té com a fi justificar si per a un home concret està bé subornar i per a un altre està bé no fer-ho, sinó marcar un criteri universal, en aquest cas, que el suborn està malament per a tots els éssers humans, que descarti les opinions i racionalitzi aquesta manera d'actuar com a bona per a totes les accions.

La diferència entre l'ètica i altres disciplines que també se centren en l'home com a tal o en la seva relació amb la societat, com poden ser l'antropologia, la psicologia o la sociologia és que la reflexió ètica se centra en aquelles qüestions que responguin a com ha de conduir-se l'home per realitzar-se com a tal.

1.1.3. L'ètica i la llei, tenen alguna cosa a veure?

En moltes ocasions ens trobem amb accions que estan d'acord o no amb el **dret establert** en un determinat país (conjunt de lleis aplicables i els seus principis d'aplicació en un moment històric determinat) o amb la **política** (conjunt d'accions que els responsables polítics agafen per al bon govern del país). L'objecte de les ciències és el mateix (l'acció humana, tal com l'hem definit), però hem de distingir l'ètica d'aquestes ciències.

Per a la distinció entre ètica, dret i política, o sigui, per distingir quan una norma és ètica o quan parlem de **norma jurídica** o **política**, seguirem tres principis:

1) Supremacia del principi ètic, l'entendem com aquell valor superior que serveix de marc perquè tots els valors o normes s'articulin. El valor ètic és innegociable i diferent d'aquells valors relacionats amb el dret o la política que, per definició, tenen caràcter negociable o pactat, encara que s'hi basin.

2) Universalitat, la qual cosa significa que un criteri ètic és de general aplicació en tots els casos que reflecteixin el mateix objecte, sense tenir en consideració el moment o el lloc. De fet, el dret o la política haurien de concretar aquests valors universals en lleis i acció política.

3) Un corpus teòric coherent de base antropològica. El que significa és que tot el cos doctrinal ètic (principis, valors i normes) guarda una coherència en tota l'estructura que no és exigible al dret i, per descomptat, moltíssim menys a l'acció política. Encara que aquesta coherència és desitjable, el dret busca la generació de justícia segons les seves normes i lleis, no la justícia com a valor ètic coherent amb la resta.

En conclusió, podem assenyalar de forma esquemàtica diferents àmbits de disciplines relacionades amb l'ètica:

- **Àmbit ètic:** centrat en l'acció humana i en la seva qualificació com a ètica o no, fundada en alguna cosa prèvia: una antropologia o concepció sobre l'essència i la fi de l'home.
- **Àmbit cultural:** centrat en aquells costums viscuts pels grups humans, organitzats socialment, tinguin o no base racional.
- **Àmbit sociològic:** àmbit centrat en aquells comportaments estadísticament rellevants d'un grup humà en societat.
- **Àmbit jurídic:** centrat en regular d'acord amb els sistemes jurídics existents l'acció de les persones.

Nosaltres hem de tenir molt clar (perquè aquest és un tema sovint bastant conflictiu) **que l'ètica és una cosa** i el que **socialment s'accepta** o es legisla pot anar per una altra banda. Així, alguna cosa manifestament no ètica, com la prostitució, pot ser legalment admesa, a pesar que viola un principi ètic tan clar com és el de la integritat de la dona.

La llei no converteix en ètica alguna cosa que no ho sigui. La llei únicament la converteix en legal.

1.1.4. Consideracions sobre el contingut de l'ètica

Finalment, referent al camp de l'ètica, us presentem una panoràmica dels grans temes sobre els quals reflexiona l'ètica:

- 1) La **crida ètica fonamental**, que està centrada en els principis sobre els quals es realitzen els judicis ètics i el substrat en el qual es fonamenten aquests principis.
- 2) La **crida ètica personal**, centrada en la persona, com a ésser en si i relacional.
- 3) L'**ètica social**. Encara que el concepte de responsabilitat és individual (és la persona la que té un comportament ètic o no), aquesta part de l'ètica es refereix a aquells àmbits que trascendeixen les relacions interpersonals, com l'ètica política, dels sistemes econòmics, les relacions en el si de l'empresa, etc.

No es pot parlar d'**ètica d'una determinada professió**, en el sentit de principis o normes exclusives d'aquesta professió. No tindria sentit que existissin aquests principis exclusius.

Als nostres efectes, considerem que existeixen uns principis ètics que reuneixen característiques particulars quan aquesta relació es dona en àmbits determinats, com poden ser els negocis.

Amb això volem assenyalar que no existeix com a tal una «**ètica dels negocis**» que pugui ser establerta pels propis empresaris o propietaris. El que existeix és una ètica que es basa en valors, principis i normes, que quan s'apliquen a les relacions de negoci adquireixen característiques acceptables i que convenim en anomenar «ètica dels negocis». En aquest sentit, els codis ètics recullen aquests marcs d'actuació universalment acceptats i els apliquen a un àmbit professional concret.

1.2. El marc de l'ètica dels negocis

1.2.1. Ètica *stricto sensu* i principis

Ja hem dit que l'ètica es refereix sempre a l'acció humana. És comunament acceptat que el referent de l'ètica és, com no pot ser d'una altra manera, la **dignitat de la persona**. Aquesta és l'ètica *stricto sensu*, que suporta l'ètica dels negocis, centrada en la persona, i que difereix d'altres reflexions que, encara que siguin anomenades ètiques, no constitueixen una ètica *stricto sensu*. Hi fem una lleugera referència a continuació:

- Les crides **ètiques utilitaristes**, en les quals les decisions ho són en funció de la cerca de la utilitat més gran per al nombre de persones més nombros.
- Les crides **ètiques emotivistes**, en les quals la decisió és en funció única dels propis sentiments i interessos.
- Les crides **ètiques possibilistes**, en les quals les decisions es prenen en funció de les possibilitats que atorga la pròpia decisió o poder.

L'ètica *stricto sensu*, com aquell conjunt de principis i normes que tenen com a valor superior la dignitat de la persona, s'articula mitjançant els principis següents:

1) El principi que l'acció sigui bona *per se* o de **bondat intrínseca de l'acció**, és a dir, si ho formulem en negatiu hauríem de dir que mai està permesa l'acció que lesioni una altra persona. O sigui, que tothom (l'empresari també) ha de buscar la bondat de l'acció en actuar. Això s'ha d'integrar com un dels principis d'actuació bàsica.

2) El principi de la **imparcialitat**, que està fonamentat clarament en el principi de la igualtat de tots pel que fa a la dignitat (el que alguns autors anomenen la igualtat constitutiva) i que exposa que quan d'un acte intrínsecament bo es deriven necessàriament conseqüències negatives per a un mateix o per a altres persones, ha de tenir-se en compte que tots són igualment dignes i iguals i que s'ha de ponderar el bé amb el mal derivat amb les normes de proporcionalitat del principi següent.

3) El principi de **proporcionalitat** completa els dos anteriors. En el cas del punt b), una acció bona que comporta necessàriament un resultat perjudicial, el que aquest principi assenyala és que l'acció no es pot dur a terme si no hi ha proporció entre el bé que es persegueix i els mals que produeix. El bé ha de ser, almenys, d'igual envergadura que el mal que produeix. Únicament quan el primer iguali o superi el segon, l'acció és lícita.

Exemple

Per exemple, incitar una altra persona a cometre un acte intrínsecament dolent per beneficiar l'empresa és èticament reprovable.

1.2.2. Per què una ètica a l'empresa?

Els factors fonamentals que han impulsat la preocupació per l'ètica en els negocis tenen molt a veure amb els següents:

- 1) Els profunds canvis en els processos de decisió de les empreses i, per descomptat, la seva sofisticació.
- 2) Els casos de corrupció i de pèrdua de credibilitat de les empreses.
- 3) El procés de globalització i, en moltes vegades, la insuficiència del dret.
- 4) El protagonisme creixent de les empreses en el desenvolupament econòmic i social.
- 5) La creixent necessitat d'harmonitzar els interessos de les empreses amb els de cadascun dels seus grups d'interès.

En aquest punt, i després d'haver exposat els principis del mòdul, hem de posar l'accent en alguns assumptes relacionats amb la pràctica empresarial i que tenen, sens dubte, una clara implicació ètica.

1.2.3. Responsabilitat ètica de l'empresa? Responsabilitat ètica de la persona

La primera qüestió és: es pot parlar d'ètica en relació amb l'empresa? Es pot atribuir responsabilitat ètica a una organització empresarial? O solament a la persona?

En tota empresa es poden plantejar problemes ètics pel que fa als punts següents:

- 1) A la seva activitat principal i al seu fi.

Seria dolent (no ètic) una activitat principal intrínsecament dolenta, com una organització destinada al narcotràfic.

- 2) A la seva organització interna, que en principi ha de promoure la dignitat de les persones i el seu desenvolupament en l'organització.

Per exemple, seria injust un règim de semiesclavitud laboral o que la política de deslocalització de l'empresa el propiciés o permetés.

- 3) A la seva relació amb l'entorn, que té a veure també amb la responsabilitat social de l'empresa.

Per exemple, no perjudicant l'entorn amb les seves activitats, complint els marcs legislatius previstos, pagant els impostos corresponents, etc.

Doncs bé, hem de preguntar-nos el següent: **aquestes empreses són, quant a una organització orientada a un fi, subjectes èticament responsables, titulars de drets i deures com els altres individus?**

De George, en el seu llibre *Can corporations have moral responsibility?* enfoca el tema des de dos punts de vista: el punt de vista organitzatiu i el punt de vista de responsabilitat:

1) Punt de vista **organitzatiu**, que parteix de la base que l'empresa és una entitat que existeix amb una **finalitat concreta** i dissenyada per a aquest fi, per la qual cosa qualsevol acció que portés a aquest fi (encara que fos intrínsecament dolent o injust) seria acceptable. Les persones, quan actuen a l'empresa no ho fan com a individus, sinó com a agents impersonals de l'empresa per dur a terme les finalitats que aquesta persegueix.

Una empresa amb aquesta concepció no és una entitat ètica sinó merament funcional.

Segons aquesta teoria, l'empresa solament té responsabilitat legal i els treballadors i empleats actuen complint objectius o fent funcions d'acord amb la finalitat de maximitzar el benefici, sense que els seus principis i les seves conviccions entrin en aquestes tasques.

Aquestes teories tenen dos corrents:

- **Organitzativa del lliure mercat** (seguida per Friedman). La finalitat de la corporació depèn de la maximització del benefici, per tant aquesta seria l'única obligació ètica. El mercat establirà els límits i deixarà de comprar els seus productes si creu que el que fa l'empresa no és ètic, d'acord amb la responsabilitat social. La mà invisible del mercat estableix la moralitat i castiga les empreses immorals.
- **Organitzativa legislativa**, que defensa que la responsabilitat ètica és la responsabilitat legal. Una empresa que compleix la llei és ètica.

Aquestes dues teories consideren que l'empresa s'ha de preocupar únicament del benefici i la millora de la seva situació competitiva. L'única preocupació ètica és complir la llei i exigir que existeixi llibertat de mercat.

Union Carbide

Vegem el cas d'Union Carbide i la seva fàbrica establerta a Bhopal (Índia).

El 3 de desembre de 1984, durant la matinada, va haver-hi una fugida a la factoria de pesticides d'Union Carbide als afores de Bhopal, en un dels estats més pobres de l'Índia, d'un producte anomenat isocianat de metil, un producte altament tòxic que va afectar els habitants de Bhopal mentre dormien a les seves barraques. Més de cinc mil persones van morir durant les primeres hores. Els carrers es van omplir de

cadàvers i moribunds. Encara que no hi va haver un recompte oficial de víctimes hi ha estimacions que parlen de vint mil morts en dies posteriors. La majoria de víctimes van morir al llit, i el temps mig entre la inhalació del gas i la mort va ser de tres minuts. La meitat de la població va quedar incapacitada permanentment per treballar per culpa de la contaminació emesa i durant aquests vint-i-cinc anys s'estima que han mort dotze mil persones més com a conseqüència de les malalties que els va produir la fuga. Més de cent cinquanta mil supervivents segueixen greus i necessiten encara assistència mèdica. Molts nens nascuts després del desastre van sofrir malformacions i malalties associades al gas tòxic.

El pesticida SEVIN, comercialitzat des de 1957, és obra dels entomòlegs Harry Haynes i Herbert Moorefield, juntament amb el químic Joseph Lambrech, contractats per Union Carbide. Aquest pesticida es considera des del punt de vista de la indústria com un gran èxit comercial per ser econòmic, eficaç contra les plagues més comunes i completament innocu per a l'home i el medi natural. Lamentablement, en el procés de fabricació s'havien emprat substàncies altament tòxiques, com la monometilamina (metilamina anhidra), i fins i tot potencialment letals, com el gas fosfè (oxicloruro de carboni). La reacció d'aquests gasos entre si forma l'isocianat de metil (ICM), base de la producció del SEVIN. L'ICM és una de les substàncies més inestables i perilloses de la indústria química. Aquest gas reacciona de forma violenta en contacte amb l'aigua o amb certs metalls com zinc, ferro, estany, coure, sals d'altres metalls i altres catalitzadors, i forma monometilamina. A més en la seva descomposició química pot produir cianur d'hidrogen.

Per la inestabilitat, l'isocianat de metil ha de ser emmagatzemat en unes condicions molt especials. En el cas de Bhopal, aquest gas no es comença a produir fins al 1980, però amb un disseny no suficientment segur. Se sap que «l'indicador de temperatura de la planta, que controlava la vàlvula de seguretat principal del tanc d'emmagatzematge d'aquest gas letal, no funcionava a causa d'una fallada de disseny» que ningú s'havia molestat a reparar. A més, els responsables d'Union Carbide van emmudir la sirena que advertia de la fugida de gasos per no causar contínues alarmes entre la població, atès que es produïen constantment fuites lleus a tota hora, de dia i de nit.

Les autoritats índies no han pagat més que una part de les ridícules indemnitzacions acordades, Estats Units nega responsabilitat, doncs segons ells la fàbrica era d'iguals característiques que l'existent a Virgínia i, per tant, no es pot argumentar negligència, sinó un lamentable accident. Warren Anderson, el llavors principal executiu d'Union Carbide i responsable davant la llei de les múltiples negligències que van desembocar en la catàstrofe, gaudeix als vuitanta-tres anys d'una generosa pensió a Florida i els Hampton (Nova York), protegit per la negativa d'Estats Units a concedir la seva extradició. La fàbrica abandonada de pesticides segueix sent un focus de pol·lució i de mort. Union Carbide va ser posteriorment absorbida per Dow Chemical, la qual nega qualsevol responsabilitat sobre el tema.

El Govern indi també és responsable d'aquesta tragèdia, ja que el 1989 va subscriure un acord amb Union Carbide per limitar la responsabilitat de l'empresa a 470 milions de dòlars (uns 450 dòlars per família), que les pròpies autoritats índies s'encarregarien de repartir, però fins ara amb prou feines n'han lliurat la meitat. El cas, no obstant això, ha arribat als tribunals de Nova York de la mà de Rajan Sharma, advocat nord-americà d'origen indi que, en nom de totes les víctimes, lluita perquè es depurin les responsabilitats i s'indemnitzi. S'estima que l'empresa química nord-americana hauria estat condemnada a pagar 3.000 milions de dòlars.

La fàbrica complia la llei. No es pot demostrar negligència. Es pot demostrar un comportament no ètic?

2) La **responsabilitat social de l'empresa** posa l'accent no solament en l'empresa com a organització que maximitza el benefici complint la legalitat, sinó que posa en joc capital i treball per a la generació de valor econòmic afegit de forma socialment responsable.

És important assenyalar que aquesta concepció no solament considera com a fonamental la creació de valor afegit i del benefici, sinó que a més posa l'èmfasi en què totes aquestes activitats es realitzin de forma socialment responsable, és a dir, que es valorin correctament les conseqüències socials, ja siguin beneficioses o perjudicials d'una acció corporativa.

Johnson & Johnson

En aquest cas, podem assenyalar la reacció de l'empresa. Es tracta del cas de l'empresa Johnson & Johnson, fabricant de Tylenol. Al setembre de 1982, set persones van morir a Chicago després d'haver pres Tylenol, l'analgèsic més venut dels EUA. Les càpsules havien estat enverinades fora de la fàbrica per un boig. Al cap de poc temps es va demostrar que l'empresa no tenia cap tipus de responsabilitat i que l'adulteració s'havia produït fora de la planta. La companyia va prendre la decisió de retirar la totalitat del producte dels punts de venda. No obstant això, el risc persistia, ja que els envasos no solament eren al mercat, sinó que ja n'hi havia a les cases i no existia garantia que no hi hagués càpsules enverinades en els flascons en poder dels consumidors. Llavors va decidir llançar una agressiva campanya d'informació massiva, en la qual apareixia un dels màxims directius de l'empresa demanant a la gent que retornés les càpsules a canvi de tablettes noves, un val o fins i tot la devolució de l'import. També van publicar avisos oferint reemplaçar les càpsules fins que l'empresa introduís al mercat un nou envàs amb garantia d'inviolabilitat. Finalment, van agrair la reacció positiva del públic enfront del problema. El cost de retirar el producte del mercat va ser del voltant de cinquanta milions de dòlars. Cinc mesos després, Tylenol va reprendre el 70 % del mercat que controlava abans de l'incident, i en l'actualitat manté una participació al mercat equivalent al doble de la del seu competidor més proper. L'actitud de la companyia de fer-se càrrec del problema, col·locant-se del costat del consumidor, li va permetre mantenir la confiança i li va donar òptims resultats.

L'ètica **personalista** considera l'empresa com una entitat amb capacitat per ser agent actiu de les seves decisions ètiques. Els implicats en l'organització de l'empresa són subjectes actius de les decisions empresarials que poden ser morals o immorals.

Aquest concepte té el seu origen en què les empreses estan compostes per individus integrats en una estructura, amb un procés determinat de presa de decisions i determinen l'estratègia de l'empresa. Si l'individu té responsabilitat moral i pot ser jutjat, l'organització (la suma d'individus) també pot ser jutjada des d'un punt de vista moral.

En conseqüència, encara que les empreses poden ser considerades culpables d'accions èticament incorrectes, poden ser reconegudes per la seva rectitud, de la seva actuació socialment responsable.

En conclusió:

L'empresa pot ser responsable, però realment és l'individu o els individus que decideixen els que són responsables de la moralitat o immoralitat de l'acció.

1) Tota empresa és un organisme que, com a persona jurídica, està subjecte a drets i a deures legals i ètics, en la mesura en què l'actuació de l'empresa pot suposar un benefici o un perjudici a la societat, l'entorn o fins i tot el marc de desenvolupament competitiu o vital.

2) No obstant això, l'empresa no és una organització abstracta, sinó que és una organització composta per persones que prenen decisions. Són aquestes persones (individualment considerades) les que prenen les decisions, les que són subjectes morals i exerceixen la responsabilitat ètica de l'empresa.

2. Comportament ètic a l'empresa

En aquest apartat us presentem una aplicació concreta dels principis generals vistos en dues situacions que, tot sovint, presenten dilemes ètics de gran importància, com són tota l'acció de l'empresa en relació amb el client i l'ètica de la col·locació de l'oferta al client.

En els dos supòsits s'han d'aplicar de forma específica les normes generals establertes per a l'actuació ètica.

2.1. Ètica i servei al client. El client com a objectiu final de l'empresa

2.1.1. Client com a peça fonamental de l'actuació de l'empresa

El **client**, com a receptor-consumidor dels productes i serveis de l'empresa, té una sèrie de drets que han de ser respectats des d'un punt de vista ètic. Això ha de ser així amb independència dels drets legals que tinguin.

Farem referència als **drets dels consumidors**, la defensa dels quals té moltíssims moviments al món, d'acord amb la importància que ha anat adquirint el tema des d'un punt de vista legal i ètic.

Des del nostre punt de vista, molt més en aquests moments en els quals el sector immobiliari ha estat objecte d'enormes conflictes ètics tant en el disseny de productes com en la seva comercialització, ha entrat en moltes ocasions en un clar comportament no ètic, ja sigui per frau o per engany.

L'ètica de les relacions amb els clients consumidors es fonamenta, com no pot ser d'una altra manera, en els principis següents, que són l'aplicació directa dels principis generals de l'ètica que hem enunciat ja en aquest mòdul:

1) Principi de la **bondat intrínseca de l'acció**, que es tradueix en el dret que té la persona a no veure's perjudicada arbitràriament i en el deure de l'empresa a evitar els perjudicis als consumidors.

Per exemple, les estafes que es van generar durant els anys de bonança en algunes operacions de compra de pisos sobre plànol, en les quals la informació que es proporcionava al possible comprador no era certa, o en les quals es demanava un preu afegit al comprador pel lliurament dels pisos.

2) Principi d'**imparcialitat**, pel qual les empreses, en l'activitat ordinària, han de promoure les decisions autònomes dels consumidors, de manera que aquests han de tenir informació veraç i educació suficient per analitzar aquesta informació.

Com a exemple, els anomenats vicis ocults en la construcció dels edificis és un exemple d'il·lícit civil (recollit en el Codi civil) que respon al principi d'informació veraç en la característica de la cosa que es ven.

3) Principi de la **proporcionalitat** (també anomenat d'equitat), l'aplicació pràctica del qual porta al fet que se segueixi una equivalència justa entre el producte i servei que ven o presta l'empresa, i eviti les pràctiques abusives en preu, usura o discriminació en la prestació del servei o en la venda del producte.

L'anomenada bombolla immobiliària ha provocat nombrosos exemples d'augment artificial del preu, amb conseqüències certament lesives per als interessos dels clients. No entrarem en més consideracions ara.

2.1.2. Consumidors i clients. Drets des d'un punt de vista ètic

En aplicació d'aquests principis, el consumidor té reconeguts una sèrie de **drets** des d'un punt de vista ètic, amb independència que es vegin reconeguts en la llei:

- 1) La informació sobre el producte o servei que ha de ser veraç, certa i adequada, sense que es pugui ser víctima de publicitat o informació enganyosa.
- 2) Que els contractes no siguin ambigus, que siguin clars i que estiguin signats amb la informació suficient i sense coaccions de cap tipus.

En el nostre sector, l'actuació d'alguns agents s'ha acostat, en moltes ocasions, a la falta d'ètica. L'existència de vicis ocults en els immobles, l'existència de clàusules abusives, o aquelles clàusules en els contractes financers hipotecaris en les quals s'obliga *de facto* a la compra d'altres productes, fan que en els processos d'informació de la venda d'aquests productes s'hagin realitzat de forma deliberada comportaments no ètics. Tant per part d'alguns dels actors del procés immobiliari com per part de les entitats de finançament.

3) El dret a accedir i triar productes i serveis bàsics a preus no exagerats ni artificialment inflats, sinó proporcionals als salaris mitjans. En aquest punt hem d'assenyalar que l'habitatge és un dret fonamental, no solament reconegut com a dret fonamental, sinó també en el nostre ordenament jurídic, tant en la Constitució com en les lleis fonamentals. Per això, tota la inflació en el preu de l'habitatge, la mala política d'habitatge protegit i les condicions extraordinàries d'accés al mercat hipotecari té un component ètic indubtable.

Lloc web recomanat

En aquest enllaç podeu veure l'explicació, en clau d'humor, d'una de les possibles causes de l'anomenada crisi de les hipoteques *subprime*:
<http://www.youtube.com/watch?v=uccx0ejrohq>

4) El dret que té el consumidor a triar productes i serveis amb una qualitat d'acord a la informació que se li proporciona abans de la formalització del contracte o de la compra.

5) El dret a rebre una indemnització proporcionalment correcta i adequada al mal causat en el cas que rebí una informació falsa o de productes de mala qualitat o serveis que no són els adequats.

Ford Pinto

Respecte als drets que tenen els compradors dels productes, existeix un cas paradigmàtic, el del Ford Pinto. Un estudi de mercat realitzat per la companyia va assenyalar que el mercat americà demanava un cotxe mitjà i econòmic. Era necessari actuar de pressa en un mercat tan competitiu com el nord-americà.

El Ford Pinto es va llançar mesos després. Era un cotxe petit, amb espais reduïts i aprofitats, molt diferent de la gamma de cotxes que tenia Ford en aquest moment. El llançament va anar acompanyat d'una agressiva campanya de publicitat i es va començar a vendre amb molt d'èxit.

Al poc temps es va advertir un error en el disseny del cotxe, ja que el dipòsit de la gasolina estava col·locat a la part posterior molt a prop del para-xocs, de manera que quan rebia un cop per darrere, es produïa una guspira que podia fer explotar el dipòsit de gasolina.

Es van començar a produir accidents i explosions, amb greus conseqüències físiques i econòmiques. Ford va fer una anàlisi detallada de la situació i va observar que era un error en el disseny i que la companyia tenia total responsabilitat sobre aquest tema. Va realitzar una anàlisi de cost-benefici per identificar la quantitat a pagar que implicaria avisar tots els usuaris per reemplaçar el dispositiu dels llums direccionals, i d'altra banda es va calcular la quantitat que pagaria per atendre les demandes dels accidentats en els anys següents. El cost de canviar el dispositiu elèctric era d'11 dòlars per cotxe, la qual cosa suposava un total de 137 milions de dòlars, mentre que el cost d'assumir morts, cremades greus i reparació del cotxe en cas de xoc i incendi 49,5 milions de dòlars sota el supòsit de cent vuitanta morts a 200.000 dòlars cadascuna, 180 ferides de cremada greu a 67.000 dòlars cadascuna i 2.100 cotxes incendiats a una mitjana de 700 dòlars cadascun. D'acord amb aquests càlculs, era molt més barat esperar els accidents i les demandes dels afectats que avisar els usuaris per corregir l'error del disseny.

Així, Ford va decidir assumir la responsabilitat davant qualsevol demanda que pogués sorgir sobre aquest tema.

Encara que les implicacions ètiques del cas són evidents, en aquest mòdul veurem la implicació detallada d'aquest cas.

2.1.3. Protecció del consumidor i llibertat de decisió

La **protecció del consumidor**, a més de ser un imperatiu ètic és, a més, un imperatiu legal i un fonament bàsic per al correcte funcionament del sistema de lliure mercat. Per aquest motiu, al marge de consideracions ètiques, que sempre són un substrat per a la correcció d'aquestes accions, cal subratllar el creixement dels anomenats moviments de defensa dels consumidors que, a Espanya, constitueixen autèntics *lobbies* que frenen l'actuació legal però lesiva d'algunes empreses.

La veritat és que encara que l'argument de la llibertat d'acció del comprador és un argument cert (al final el consumidor compra el que vol i signa el contracte que vol), es pot oposar al mateix el fet que la informació de què disposa el comprador sempre dependrà de la que li proporcioni el venedor, per la qual cosa enfront defecte o falsedat manifesta en aquesta, l'existència d'organismes que reclamin i restaurin el dret lesionat del comprador no solament són èticament justificables, sinó que, des d'un punt de vista de correcció de mercat, són imprescindibles.

Un exemple clar de l'assumpte de la informació el veiem en productes financers o productes relacionats amb l'assegurança, en el qual el clausulat ja de per si és d'una complexitat tal que pensar que es pot signar un contracte d'assegurança sense ser llicenciat en dret produeix una certa perplexitat. Clausulats llarguissims i poc clars han fet que els consumidors hagin denunciat aquestes empreses per falta de claredat i que les organitzacions de consumidors hagin assumit aquestes demandes com a pròpies.

2.2. Ètica en relació amb el client: el cas específic de la publicitat

2.2.1. Publicitat i publicitat no ètica

La publicitat, com a instrument fonamental de l'empresa que pretén influir en la decisió dels consumidors perquè, entre la gamma variada de productes o serveis, comprin els productes de l'empresa, sempre és en el punt de mira ètic. L'ètica distingeix entre les accions de convenciment d'aquelles que són pràctiques properes a la coacció.

En aquest sentit, hi ha corrents que sostenen que la **publicitat considerada no ètica**:

- 1) Pot vulnerar la llibertat, enganyant i creant hàbits de consum innecessaris.
- 2) Utilitza l'ésser humà en moltes ocasions com un mer objecte per a la venda dels productes.
- 3) Encareix els productes.
- 4) Pot publicitar comportaments contraris a la convivència, o als drets fonamentals de les persones.

Contraris a aquests corrents, n'hi ha uns altres que consideren la publicitat innòcua des del punt de vista ètic. En aquest punt nosaltres pensem que, fugint de les posicions extremes, la publicitat ha de complir una sèrie de **valors ètics mínims**:

- 1) Ha de respectar la integritat física de la persona sense publicitar productes nocius per a la salut sense un advertiment clar.

És, des d'un punt de vista ètic, lícita la publicitat d'alcohol o dels cigarrets? Quins requisits ha de tenir perquè sigui lícita?

2) Hauria de respectar la dignitat humana i els drets humans.

Pots posar tres exemples de publicitat contrària a la Declaració Universal dels Drets Humans? Us posem a continuació alguns textos dels drets humans perquè pugueu exposar quin tipus de publicitat consideràrieu contrària a aquests.

3) No pot afectar negativament col·lectius de persones, ètnies o grups determinats sota el principi ètic de no discriminació.

4) Ha de respectar la llibertat de la persona, evitant tècniques o tàctiques de manipulació.

Durant els anys noranta i principis del segle XXI es van posar de moda algunes tècniques anomenades de publicitat subliminal. Encara que sempre s'ha considerat com una mica de baixa efectivitat (nosaltres creiem el contrari), la publicitat subliminal, que es defineix com aquella que inclou imatges o sons no immediatament visibles o audibles en condicions normals d'atenció (és a dir, ocults) i envoltats de la resta d'elements que es poden percebre d'un missatge.

És, des del vostre punt de vista, ètica la utilització d'aquest tipus de publicitat? Quins principis ètics dels vistos anteriorment podrien violar la utilització d'aquest tipus de publicitat?

5) No ha de ser enganyosa, en el sentit que no pot deixar en el consumidor una creença diferent de la que normalment tindria si comptés amb tota la informació.

Com a exemple, la casuística referent a la multipropietat és d'una gran riquesa. La idea de copropietat d'un immoble amb dret a gaudir-lo un temps determinat a l'any no semblava una mala idea. No obstant això, des de les tremendament agressives tècniques de captació de clients (acostant-se a la coacció en moltíssimes ocasions en aquestes reunions de captació com si fos una secta), basades en informació no sempre veraç, la molt inadequada gestió de les despeses compartides i la falta d'informació referent a aquestes i els innumbrables problemes amb els quals es van trobar els usuaris, van fer que un bon producte tractat de forma èticament reprovable (engany, falsedat, en el fi, estafa), es convertís en un producte totalment desprestigiats. Per raons que se'ns escapen, van desenvolupar el negoci a Espanya. Tant que van haver-li de canviar el nom i apropar-lo al concepte de vacances a temps compartit. El que de fet podria haver estat un negoci correcte per a una àmplia classe mitjana, es va convertir, per la falta d'ètica, en un negoci al que solament hi accedien els que eren molt intrèpids. La falta d'ètica va malmetre una bona idea.

6) No ha d'incloure conductes perjudicials, sobretot quan la publicitat va dirigida als menors.

En aquest sentit, la utilització de models nocius o èticament reprovables com a vàlids per a la publicitat s'ha d'evitar.

2.3. Annex. La Declaració Universal dels Drets Humans (articles resumits i extractats)

Articles 1 i 2. Recullen principis bàsics en els quals se sustenten els drets següents: llibertat, igualtat, fraternitat i no discriminació.

Article 1 de la Declaració Universal dels Drets Humans:

«Tots els éssers humans neixen lliures i iguals en dignitat i drets i, dotats com estan de raó i consciència, han de comportar-se fraternalment els uns amb els altres.»

Article 2 de la Declaració Universal dels Drets Humans:

«Tota persona té els drets i llibertats proclamats en aquesta Declaració, sense cap distinció de raça, color, sexe, idioma, religió, opinió política o de qualsevol altra índole, origen nacional o social, posició econòmica, naixement o qualsevol altra condició. A més, no es farà cap distinció fundada en la condició política, jurídica o internacional del país o territori de la jurisdicció del qual depengui una persona, tant si es tracta d'un país independent, com d'un territori sota administració fiduciària, no autònom o sotmès a qualsevol altra limitació de sobirania.»

Articles 3 a 27. Els drets queden enunciats en els articles del 3 al 27, i es poden classificar, segons **René Cassin**, de la manera següent:

Els articles 3 a l'11 (es recullen el 4, 5 i 11.1) recullen drets de caràcter personal:

«Ningú estarà sotmès a esclavitud ni a servitud, l'esclavitud i el tràfic d'esclaus estan prohibits en totes les seves formes.
Ningú serà sotmès a tortures
ni a penes o tractes cruels, inhumans o degradants.
Tota persona acusada de delictes té el dret que es presumeixi la seva innocència mentre no es provi la seva culpabilitat.»

Els articles 12 al 17 (es recullen el 13 i 17) recullen drets de l'individu en relació amb la comunitat:

«Tota persona té dret a sortir de qualsevol país, fins i tot del propi, i a tornar al seu país.
Tota persona té dret a la propietat, individualment i col·lectiva.»

Els articles 18 al 21 (es recullen el 18 i el 19) recullen drets de pensament, de consciència, de religió i llibertats polítiques:

«Tota persona té dret a la llibertat de pensament, de consciència i de religió; aquest dret inclou la llibertat de canviar de religió o de creença, així com la llibertat de manifestar la seva religió o la seva creença, individualment i col·lectiva, tant en públic com en privat, per l'ensenyament, la pràctica, el culte i l'observança.
Tot individu té dret a la llibertat d'opinió i d'expressió; aquest dret inclou el de no ser molestat a causa de les seves opinions, el d'investigar i rebre informacions i opinions, i el de difondre-les, sense limitació de fronteres, per qualsevol mitjà d'expressió.»

Els articles 22 a 27 (es recullen el 25 i el 27) recullen drets econòmics, socials i culturals:

Lloc web recomanat

Declaració Universal dels Drets Humans:
http://es.wikisource.org/wiki/Declaraci%C3%B3n_Universal_de_els_Drets_Humanos

«Tota persona té dret a un nivell de vida adequat que li asseguri, així com a la seva família, la salut, el benestar, i especialment l'alimentació, el vestit, l'habitatge, l'assistència mèdica.

Tota persona té dret a l'educació. L'educació ha de ser gratuïta, almenys pel que concierneix la instrucció elemental i fonamental. La instrucció elemental serà obligatòria.»

Els articles del 28 al 30, on es recullen les condicions i els límits amb què aquests drets s'han d'exercir.

«Tota persona té dret al fet que s'estableixi un ordre social i internacional en el qual els drets i llibertats proclamats en aquesta Declaració es facin plenament efectius.»

3. Ètica i frau: suborn i extorsió

En aquest apartat analitzarem el frau com una conducta molt generalitzada en l'àmbit de l'empresa, i la seva concreció en una sèrie de comportaments sobre els quals les empreses han d'establir mecanismes per evitar-lo, que requereixen també una acció decidida de governs i organismes internacionals.

3.1. **Frau. Principi de veracitat en les transaccions**

3.1.1. **Veracitat com a principi ètic**

Heu vist anteriorment en aquest mòdul que una de les normes ètiques fonamentals és la de la **veracitat**.

L'empresa ha de ser veraç quan comunica les característiques essencials d'un producte per tal que el client el compri.

Per tant, una de les normes ètiques fonamentals és dir la veritat del que es ven. Dir la veritat té el triple component de no enganyar, ser veraç i no cometre frau, perquè és precisament el frau el contrari a aquesta norma ètica derivada del principi de veracitat. Els comportaments contraris a aquesta norma són, desgraciadament, molt comuns, també en el sector immobiliari, que és on nosaltres desenvolupem o pretenem desenvolupar el nostre treball.

En aquest punt veurem alguns conceptes relacionats amb actituds que reben diferents noms, però que, al cap i a la fi, no són més que actes específics de la violació d'una norma ètica general, que és la de la veracitat.

Què són i quines diferències trobem entre el **pagament de comissions per a l'obtenció d'un contracte** (qüestió a l'ordre del dia, que abordarem detalladament), **els regals** i **els suborns**? Aquestes qüestions bàsiques configuren el contingut d'aquest apartat.

De la importància d'aquest tema donen fe els treballs realitzats per importants investigadors en el tema ètic. Com s'exposa a «Report on extortion and bribery in business transactions» aprovat el 1977 i revisat el 1996:

«Des d'un punt de vista econòmic, l'extorsió i el suborn són indesitjables perquè redueixen l'eficiència del sistema econòmic [...] creant una externalitat negativa que incrementa els costos o redueix l'eficiència de, ben bé, alguns agents econòmics [...]. Ells generen, d'altra banda, un joc de suma negativa que pot proporcionar un benefici considerable a alguns agents, però que és clarament perjudicial a la societat com a conjunt.»

3.1.2. Definició de frau

D'acord amb el Diccionario de la Real Academia Española, considerem el **frau** com:

- 1) L'engany o la inexactitud sobre alguna cosa de forma conscient que produeix un dany o un perjudici.
- 2) Delicte comès pel responsable de vigilar l'execució de contractes públics o privats, confabulant-se amb els interessos oposats.
- 3) Actes del deutor que deixen al creditor sense mitjà de cobrar el que se li deu.

Dit d'una altra manera, és l'acció dirigida a apropiarse de béns o diners de particulars, empresa o societat, mitjançant engany, en benefici propi o de l'empresa involucrada.

La **Convenció anticorrupció** (1997) de l'OECD (ONU) entén el suborn de la manera següent:

«Tot oferiment intencionat, promesa, o regal, atorgant qualsevol benefici pecuniari o un altre avantatge, sigui directe o mitjançant un intermediari, a un funcionari públic estranger, perquè l'oficial o terceres parts, actuï o s'inhibeixi d'actuar en relació amb el resultat de deures oficials, amb vista a obtenir o retenir negocis o altres avantatges indeguts en la conducta dels negocis internacionals.»

3.2. Suborn i extorsió

3.2.1. Conceptes de suborn i extorsió

És evident que l'activitat comercial de l'empresa en un entorn de mercat respectuós amb la llei i l'ètica perfecciona aquest mateix mercat i, a més, contribueix al fet que les persones puguin desenvolupar-se com a tals, un dels objectius que hem vist que hauria de tenir una organització ètica.

No obstant això, com és obvi, moltes vegades això no és així. Les empreses, i concretament les persones que hi treballen, menyspreen les lleis de l'ètica i ataquen el principi general de respecte a la dignitat humana.

És important assenyalar que qualsevol modalitat de pagament no ètic (fonamentalment suborns i extorsions) ha existit sempre. Hi ha autors que han recollit fets d'aquestes característiques des que l'home és home. No obstant això, és la complexitat de l'entorn econòmic al segle xx i la participació clau de l'Estat com a gran contractant, el que ha portat a la primera línia de la preocupació ètica els assumptes relacionats amb el suborn i l'extorsió, que són

una font de preocupació fonamental dels empresaris. No hi ha res pitjor que un entorn on el comportament no ètic sigui el «camp de joc» de l'empresa i l'empresari.

Comencem per explicar què entenem per suborn i què entenem per extorsió, i el judici ètic i els criteris a seguir tant de qui és agent o subjecte actiu (el que suborna o extorqueix) com subjecte passiu (el subornat o extorquit).

En un **suborn**, una persona ofereix una quantitat de diners, o un favor o qualsevol altre tipus de present o avantatge a una persona o a un grup vinculat a alguna empresa, organització o a l'Administració pública, per obtenir algun tipus de profit.

Per exemple, un cas que s'ha produït en infinitat d'ocasions, en el qual un comercial tracta de subornar el responsable de compres d'una empresa, oferint-li una comissió perquè li compri el producte o servei a ell i no a la competència.

No obstant això, la venda dels productes o serveis, previ pagament del suborn, no és més que un dels objectius del suborn. També el suborn pot buscar altres objectius de favor, com poden ser sentències favorables, encobriment de delictes, adjudicació injusta de contractes o subvencions públiques o privades, qualificació o requalificació de terrenys, modificacions legislatives, etc. La panoràmica de les pretensions dels suborns és pràcticament infinita.

Les **extorsions** requereixen que l'agent actiu (l'extorsionador) tingui poder d'influència, o decisió sobre el que ha de prendre la decisió.

L'extorsionador exigeix diners o qualsevol altre favor o regal, sense que hi tingui cap dret, a canvi d'atorgar algun profit, o simplement demana alguna recompensa per fer alguna cosa a la qual està obligat per raó del seu càrrec o responsabilitat, sota amenaça de dilatar la seva gestió amb perjudici de l'extorquit.

Si el suborn o l'extorsió és realitzat per un empleat públic o funcionari, el delicte està tipificat en el Codi penal espanyol com a **suborn de funcionari**.

3.2.2. Justificacions davant aquestes conductes

Molts empresaris que operen en entorns on es produeixen de forma habitual el suborn o l'extorsió, el justifiquen com a exigència *sine qua non* per a la continuïtat de l'empresa, la consecució dels beneficis o el manteniment dels llocs de treball. La justificació d'aquests comportaments està en la generalització d'aquestes pràctiques o en frases com «tothom fa el que pot» o altres raons de l'estil.

D'altra banda, els que accepten suborns o extorqueixen argumenten que és una ajuda al sou, o alguna cosa que és pròpia del càrrec («el meu antecessor també ho feia», argumenten). En alguns països en vies de desenvolupament on els salaris són especialment baixos aquest «sobresou» es justifica precisament per això.

3.2.3. Suborn i extorsió: judici ètic

Els arguments vists parteixen de la base que l'interès econòmic és el suprem interès, menyspreant els principis ètics que col·loquen la persona per sobre de la conveniència econòmica. No obstant això, evidentment qualsevol persona amb sentit comú s'adona immediatament de la fal·làcia de les raons apuntades a favor de les conductes no ètiques dels suborns i les extorsions.

1) Acceptar i oferir suborns

En aquest sentit, **acceptar un suborn** és sempre una acció moralment il·lícita, considerant el següent:

a) Qui accepta un suborn o exigeix diners o un altre present, aprofitant-se del càrrec que ocupa, per afavorir algú, comet un acte de deslleialtat amb l'empresa a la qual està vinculat (cas d'un cap de compres, per exemple) o amb la societat a la qual serveix (funcionaris, polítics) i comet una *injustícia*, ja que falta un títol que atorgui dret a aquesta retribució. Els deures de lleialtat inherents al càrrec d'un cap de compres, bàsicament, consisteixen a adquirir el més convenient per a la seva empresa. El càrrec no atorga cap tipus de dret per acceptar diners, de manera que aprofitar-se'n per a lucre personal és un abús de poder. Alguna cosa semblant es podria afirmar d'un funcionari o d'un polític que treballin per a l'Administració pública (Melé).

b) És un comportament injust amb altres proveïdors que no entrin en el joc brut i que ofereixin un producte superior. Hi pot haver **injustícia amb els proveïdors** que «juguen net».

c) Evidentment, hi ha un perjudici directe per a l'empresa mentre que el preu que es paga pels productes i serveis és més gran que el que es pagaria en una situació de mercat normal, si l'empresa no hagués de pagar el sobrepreu del suborn, el proveïdor oferiria a través del cap de compres un producte millor, més bo o més barat.

d) En general, hi ha una distorsió clara en el comportament del mercat evident, ja que preval no el millor producte o servei, sinó el millor basat en la pràctica corrupta.

2) **Oferir un suborn** mai és lícit, perquè suposa induir algú a una actuació deslleial i injusta. La corrupció es dona en l'agent actiu de la corrupció (el corruptor) i en el subjecte passiu (el que és corromput).

3) Extorquir

Recordeu l'extorsió: exigir diners o un altre present al qual no es té cap dret per donar a canvi un tracte de favor a algú, o simplement per fer allò que ja es té l'obligació de fer.

És una acció moralment il·lícita, ja que, òbviament, hi ha una evident actuació deslleial amb l'empresa o l'organització per la qual es treballa o a la qual s'està vinculat, a més de realitzar un acte d'injustícia amb l'extorquit.

En resum, hem de concloure que:

- 1) **Mai** és lícit subornar.
- 2) **Mai** és lícit acceptar un suborn.
- 3) **Mai** és lícit extorquir.

Perquè les tres accions van contra el principi de bondat intrínseca de l'acció.

Respecte al fet de **cedir a una extorsió**, hem de contemplar prèviament dues situacions:

1) L'extorsió a la qual algú és sotmès per fer alguna cosa a la que no hi té cap dret. Per exemple, perquè un jutge dicti una sentència injusta o per evitar una denúncia justa d'un funcionari.

Això suposa acceptar una acció moralment no ètica, que no es produiria de cap manera sense la cooperació de l'extorquit i el resultat de la qual és alguna cosa a la que no es té cap dret.

En aquest sentit, és èticament reprovable. És un il·lícit ètic.

2) L'extorsió a la qual algú és sotmès per realitzar alguna cosa a la que es té ple dret. En aquest cas podria ser lícit en alguns supòsits, que veurem a continuació.

El supòsit clàssic és el del funcionari que exigeix una quantitat de diners per accelerar un tràmit, la lentitud del qual pot suposar un perjudici claríssim a l'empresa i a aquest tràmit s'hi té dret.

Exemple

Per exemple, la retenció injustificada a la duana d'una partida de matèria primera imprescindible per a la fabricació a temps d'un producte, que és alliberada previ pagament al funcionari corrupte. O la corresponent llicència d'obra, l'expedient de la qual és paralitzat o és alentit fins que es paga al responsable.

Cedir a aquest tipus d'extorsions és:

- Suportar una injustícia.
- Aprovar-la.

Aquest és un cas que la doctrina ètica clàssica denomina **cooperació material al mal**. Mentre que l'aprovació de l'acció d'extorsió per part de l'extorquit és il·lícita (anomenada cooperació formal al mal), la cooperació material al mal pot ser lícita en alguns casos extrems.

En qualsevol cas, la cessió a l'extorsió no és alguna cosa automàtica, sinó que és imprescindible haver posat tots els mitjans necessaris per evitar l'extorsió (podent incloure la publicació de l'assumpte o la demanda judicial) intentant no cedir a l'extorsió.

Els autors següents (Argandoña) argumenten que perquè sigui lícit pagar a un funcionari perquè agiliti (o realitzi) els tràmits administratius als quals es té dret, caldria fer el següent:

- Assegurar-se que no existeixen altres alternatives viables i que el perjudici causat pel funcionari corrupte és un perjudici més que probable.
- Després, caldrà valorar el perjudici indirecte a tercers (empleats, proveïdors, accionistes, etc.) cedint a l'extorsió, comparant-ho amb el grau de necessitat que es té per cedir.

Després, havent ponderat tot l'anterior, decidir raonablement què és el millor.

La veritat és que existeixen entorns empresarials de corrupció institucionalitzada, on treballar en un sector implica pagar una comissió a les persones involucrades en les decisions. No sempre es demana l'extorsió de forma explícita, sinó que ja se sap que «això funciona així», la qual cosa podria semblar un suborn. Però no, és una extorsió oculta, implícita o tàcita.

Resumint tot l'anterior:

1) No s'ha de cedir a una extorsió, ni tan sols per obtenir un dret, si existeixen alternatives viables que permetin evitar-la.

2) No és lícit cedir a una extorsió per aconseguir alguna cosa a la que no s'hi té dret.

3) En algunes circumstàncies pot ser lícit sotmetre's a una extorsió explícita o tàcita per **obtenir un dret**. Per a això es requereix el següent:

- Impossibilitat de poder canviar la **situació** i inviabilitat d'altres alternatives de negocis en els quals no hi hagi extorsió.
- Que realment existeixi **extorsió**. En l'extorsió tàcita cal tenir proves raonables que es tracta d'una situació de tot el sector.
- Comprovar que el fet d'extorquir negarà el dret si no es paga l'extorsió. En aquest sentit cal diferenciar-ho del suborn. Si s'opta per pagar sense assegurar-se que s'exigeix l'extorsió, parlem de suborn, i és il·lícit en qualsevol cas.
- Que el que es vulgui aconseguir sigui legítim.
- Que existeixin raons objectives proporcionades bones als efectes dolents de l'extorsió.
- Que no es perjudiqui directament a tercers, o sigui, que no es vulnerin **drets legítims de tercers**: el dret de l'empresa a obtenir la millor oferta i el dret del competidor a no ser enganyat o discriminat per no donar suficient «comissió».
- Evitar l'escàndol o induir uns altres a actuar malament.

3.2.4. Altres supòsits de suborn o similars

Els **regals** i altres atencions al món dels negocis és una cosa que està a l'ordre del dia. Aquestes pràctiques, en alguns supòsits poden ser perfectament assimilables als suborns, quan ho són de forma exagerada. Òbviament els regals (quan no tenen un component cultural determinat) sempre es donen a algú que ens ha afavorit o a algú de qui s'espera ser afavorit. Hem de considerar alguns criteris a tenir en compte referents als regals al món dels negocis. En particular:

1) Avaluar amb criteris clars i molt de sentit si el regal que es rep és desproporcionat o incompleix clarament les regles socials per entrar directament en el que pot ser considerat un suborn, més o menys encobert.

2) Aquestes atencions, que en cap cas poden ser consistents en actes immorals o il·lícits, han de ser de tal consideració que no variïn el fet d'actuar amb independència i en funció de la defensa honrada dels interessos de l'empresa que es representa.

S'ha de destriar de forma prudent sobre qui, com i fins a on s'ha d'acceptar o permetre el regal, o l'atenció comercial que es rep o dona, en funció dels usos. El sentit comú i la justícia són dos bons criteris per destriar quan estem al límit del suborn.

3.3. Més sobre el frau. Fonaments

3.3.1. Objecions al frau

Les objeccions ètiques respecte al frau es poden fer tant des del punt de vista dels principis de l'ètica, com des d'un punt de vista de l'eficàcia o eficiència de les operacions comercials.

Amb tot, els més grans i més perniciosos efectes del frau, la corrupció i l'extorsió són la corrupció de la dignitat humana i el desenvolupament de la persona.

Per tant des del punt de vista de les persones

1) La pràctica corrupta contribueix directament a la pèrdua de qualitat humana i professional de les persones involucrades en l'organització i, per tant, es deteriora el principal actiu de l'empresa, la qual cosa posa en evident perill el correcte funcionament de l'empresa.

2) S'exposa els directius i empleats a una mala reputació, acompanyada moltes vegades d'actuacions judicials.

3) Aquestes pràctiques abusives poden donar lloc a xantatges per part de directius que tenen coneixement (o que fins i tot han estat vinculats amb accions no ètiques) i que poden delatar l'empresa en algun moment en el que siguin acomiadats.

Des d'un punt de vista dels principis

1) Des del punt de vista de la bondat intrínseca de l'acció, és directament un robatori als individus, el cost dels quals paga l'empresa o la societat.

2) Des del punt de vista d'imparcialitat, sempre és un procediment no igualitari. És totalment contrari a la igualtat d'oportunitats, distorsiona o elimina la lliure competència al mercat, creant una barrera impossible de saltar per als competidors que vulguin optar a aquestes possibilitats comercials, ja siguin privats o públics.

3) Des d'un punt de vista general, és un procediment que va en contra de les regles d'una societat democràtica que introdueix com a criteri d'acció la força dels diners, l'engany i el poder.

4) Aquestes pràctiques abusives poden donar lloc a xantatges per part d'algun directiu o empleat (amenaces de delació) si en un futur canvia la seva disposició amb la direcció.

Des d'un punt de vista de l'eficàcia o eficiència de les operacions

- 1) Eleva els costos del producte, per la inclusió de conceptes fora de la normal fixació de preus competitius. Així, qualsevol augment de preus perjudica els consumidors. Pot ser a més causa que desapareguin empreses en no poder competir en igualtat de condicions.
- 2) Pot posar en risc la qualitat i seguretat dels productes, ja que la selecció de les matèries primeres, dels proveïdors, dels plans d'execució, no respon a criteris objectius ni per mèrits, sinó pels diners que es reben.
- 3) Té un efecte pervers en el teixit empresarial i al mercat, la qual cosa provoca una gran desconfiança que pot portar a provocar o aprofundir en crisis de valors que agreugin crisis econòmiques. L'exemple de la crisi *subprime* és un clar referent en aquest punt.
- 4) S'introdueix una curiosa i nociva manera de treballar a les empreses, i es focalitzen les energies a teixir un sistema opac de relacions en lloc de realitzar una bona política comercial. Aconseguir fer créixer el negoci a força de comissions i suborns instal·la en l'empresa una perillosa cultura molt lluny de la competitivitat.

Des d'un punt de vista social

- 1) Amb la pràctica dels suborns, els ciutadans i/o els accionistes sofreixen pèrdues, mentre els seus agents prenen decisions per lucrar-se. Els beneficis es concentren en poques persones que abusen de la confiança que s'hi ha dipositat.
- 2) El suborn i l'extorsió creen una *espiral de corrupció*. Aquest tipus de pràctiques pot acabar per estendre's a d'altres empreses i sectors econòmics, i àdhuc a tot un país. Sorgeix llavors una greu corrupció social molt difícil d'eradicar. Quan el suborn s'estén per tota l'economia nacional, s'universalitzen les ineficiències i les injustícies en l'activitat econòmica i empresarial. Creada aquesta situació, també es poden esperar vendes d'influències i de càrrecs amb poder de decisió. Això produeix frustració, cinisme i enuig generalitzat, tensions i inestabilitat en el sistema econòmic i polític, i, en definitiva, una dinàmica destructiva per a les persones i la societat. (Melé)
- 3) I, per descomptat, són una violació del lliure comerç i de la lliure competència, la qual cosa afecta a la generalitat de la societat, o sigui, al bé comú.

3.3.2. Accions contra el frau

«**Tothom ho fa**», aquesta és una de les principals justificacions del frau. I «si no ho faig, no puc competir».

No obstant això, en aquesta mateixa justificació hi ha l'objecció: «arreu es considera no ètic», i no existeix cap país que ho consideri una pràctica legal, èticament desitjable o que intenti regular-la.

La preocupació del frau ha portat al fet que les institucions i els organismes internacionals reflexionin, reglamentin i propiciïn trobades amb la finalitat de pal·liar aquesta veritable xacra. Alguns actors internacionals hi han pres mesures.

En aquest article d'**Antonio Argandoña** a la revista *Business Ethics* s'hi exposa la importància d'aquesta actuació internacional i els criteris fonamentals per combatre el frau.

Informe sobre extorsió i suborn en les transaccions comercials internacionals (1996) de la Cambra Internacional de Comerç, per Antonio Argandoña

«La Cambra Internacional de Comerç és una organització no governamental amb membres en cent trenta països que representa a centenars de milers d'empreses. Promou el comerç basat en una lliure i justa competència, harmonitza les pràctiques comercials i formula les terminologies i orientacions per a importadors i exportadors. La Cambra ofereix també una sèrie de serveis pràctics als negocis internacionals. El 1996, la Cambra actualitza i revisa »l'Informe de 1977 sobre extorsió i suborn en les transaccions comercials«, que havia estat el document de referència internacional des d'aquella època.

Des d'un punt de vista econòmic l'extorsió i el suborn són indesitjables, ja que redueixen l'eficiència del sistema econòmic; o sigui, impedeixen o dificulten l'assoliment del grau de benestar més gran, en crear una externalitat negativa que incrementa els costos o redueix l'eficiència de, ben bé, alguns agents econòmics. D'altra banda, generen un joc de suma negativa que proveeix considerables beneficis a determinats agents, però que és relativament nociu per a la societat en general. Més encara, la seva presència habitual en la societat genera incentius perversos, ja que distorsiona els comportaments econòmics d'activitats socials i personals, i porta a la ineficiència. Finalment, els suborns generen actes de competència deslleial.

Mesures internacionals contra l'extorsió i el suborn.

1. Mesures governamentals. Nombrosos governs han establert lleis sobre aquest tema. Els Estats Units, per exemple, han establert el *1978 Foreign Corrupt Practices Act*, que considera un crim oferir un suborn a un oficial d'un país estranger per aconseguir un negoci.

2. Mesures intergovernamentals. El 1978, la UNCTC va presentar un esborrany per a un acord internacional sobre pagaments il·licits per ser estudiat per l'Assemblea General de les Nacions Unides, però potser la iniciativa més important és la de l'OCDE, que va elaborar la seva Recomanació sobre el suborn en les transaccions internacionals, adoptada el 1994. És el primer acord multilateral per combatre el suborn d'oficials governamentals, amb l'expectativa que aquesta recomanació actuï com a catalísi per a l'acció global i ajudi les companyies a rebutjar la relació en tals pràctiques dels països hostes. De moment, aquestes recomanacions no tenen força legal i han estat adoptades per països desenvolupats, majoritàriament.

3. Empreses. Moltes empreses han implementat codis de conducta que regulen amb gran detall els criteris ètics i legals que governen les operacions internacionals.

4. La Cambra Internacional de Comerç va aprovar un primer document sobre l'extorsió i el suborn el 1977. El 1994 va formar la Comissió Vincke per revisar-lo, i la nova versió va ser aprovada el 1996.

Les recomanacions i orientacions de l'Informe 1996 de la Cambra Internacional de Comerç

1. Mesures preventives.

1.1. Procediments de transparència. Que els oficials governamentals informin periòdicament sobre els detalls de les seves transaccions comercials per posar-ho tot a la vista.

1.2. Que les autoritats governamentals puguin sol·licitar informació específica als agents que estan tractant amb institucions oficials, així com respecte a la suma de l'operació que estan negociant.

1.3. Reglamentacions econòmiques. Establir mesures precises que impedeixin al màxim la decisió d'autoritzacions o permisos especials per part dels responsables.

2. Mesures coercitives.

D'una banda, mesures de control i recerca. Per una altra, mesures punitives legals.

3. Auditoria.

S'insisteix en la necessitat d'auditoria independent i de cooperació i assistència jurídica internacional. L'intercanvi d'informació entre governs amb la finalitat de sancionar els suborns, i el no finançament (per part d'institucions internacionals) de projectes que poguessin ser objecte de suborn.

Regles de conducta específiques.

Art. 1. Extorsió. Ningú pot, directament o indirectament, acceptar o demandar un suborn.

Art. 2. Suborn o «comissions». Cap empresa pot, directament o indirectament oferir o donar un suborn; i tota demanda de tal suborn ha de ser rebutjada.

Art. 3. Agents. Els pagaments que facin els agents representaran no més que l'apropiada remuneració per a serveis legítims brindats per tal agent

Art. 4. Registre i auditoria. Totes les transaccions hauran de ser registrades en llibres per a l'examen dels directors o auditors. Hi ha la prohibició de portar comptes secrets i els registres han de ser fets amb precisió. Es convida a les empreses a tenir auditories independents.

Art. 5. Responsabilitats de les empreses. Les autoritats de les empreses tenen el deure d'establir els mecanismes necessaris per controlar els pagaments que poden ser utilitzats com a extorsió i suborn, així com d'implementar les mesures adequades de sanció.

Art. 6. Contribucions polítiques. Les contribucions a partits polítics solen ser una font de conductes il·legals. En cas de fer-les s'ha de fer obertament segons el permès per la llei, han de ser informades a les autoritats governamentals si aquestes sol·liciten informes, i han de ser comunicades als accionistes capitalistes.

Art. 7. Codis de les empreses. Es convida a què cada empresa creï els seus propis codis de conducta que siguin consistents amb aquestes regles.

Comentaris finals.

L'Informe 1996 de la Cambra Internacional de Comerç sobre extorsió i suborn és un document important. Reflecteix la preocupació de la comunitat internacional de comerç sobre aquest assumpte i la seva decisió que es prenguin les mesures adequades per eradicar-lo. Les orientacions i regles poden servir de model a governs, organitzacions internacionals i a les empreses, a prendre-les com a part de les seves polítiques i ètiques.

3.4. Què fer per propiciar l'ètica a l'empresa?

3.4.1. Un cas paradigmàtic de conflicte ètic i frau a l'accionista, clients, proveïdors, pensionistes: Enron

Enron, una empresa americana de Houston, va ser creada el 1985 i va arribar a valer en borsa entorn dels vuitanta mil milions de dòlars. S'havia convertit en l'intermediari més gran d'electricitat i gas d'Estats Units, gràcies a l'ús agressiu

de productes financers derivats per desenvolupar el mercat energètic, en el qual oferia subministrament i garantia preus a múltiples entitats. L'empresa va sintetitzar idees existents en la indústria del petroli de Texas, el mercat de capitals de Wall Street i l'alta tecnologia de Silicon Valley per crear transaccions en línia on contractes financers donaven suport a les transaccions d'energia. L'empresa va fer fallida a finals del 2001, després d'una enlluernadora trajectòria empresarial. Les vendes de l'any anterior van ser de 101 bilions de dòlars, i el preu de l'acció va caure dels 90 dòlars als 0,3 dòlars.

La **fallida d'Enron** és conseqüència de, ben bé, quatre grans errors:

- 1) Un buit en la legislació borsària nord-americana, que va permetre situar l'endeutament d'Enron en societats instrumentals externes, que no van ser considerades en el balanç consolidat, per la qual cosa el mercat no podia conèixer la seva veritable situació financera.
- 2) Un marc legal de la desregulació del sector elèctric als EUA, que no va posar raonables restriccions a inversions en derivats financers.
- 3) L'empresa d'auditoria (al seu torn amb un gran contracte de consultoria amb Enron), els bancs d'inversions i les agències de qualificació de risc, que no van donar senyals oportuns d'alerta, deixant en evidència la inadequada capacitat de reacció d'aquestes empreses.
- 4) L'elevat nivell de relació que s'observava des de 1985 entre les autoritats de govern i polítics de tots els sectors i Enron, cosa que va contribuir a potenciar la característica arrogància dels executius d'aquesta empresa enfront del mercat.

En definitiva, els errors d'Enron són conseqüència directa de la conducta no ètica dels seus alts directius i la seva falta d'honesta transparència, que és crucial per al rerefons de confiança que sustenta les operacions al mercat de capitals.

3.4.2. Algunes qüestions a considerar per tenir una empresa ètica

- 1) La corrupció de la direcció és la corrupció de l'empresa. Un equip directiu amb uns alts estàndards ètics és la millor garantia de l'ètica. La direcció i la seva actuació transmet a la resta de l'organització un clima que dificulta (no impossibilita, òbviament) l'actuació no ètica.

És des d'una actuació directiva coherent des d'on es genera una cultura en l'organització que afavoreixi el comportament ètic, mitjançant:

a) La definició de la missió, la visió i els valors de l'empresa que transmeti valors ètics i que no sigui paper mullat ni una simple i general declaració d'intencions.

b) Un sistema de participació i validació en les normes ètiques de l'empresa, que inclogui el nombre més gran de persones possibles.

c) Asumpció de les normes ètiques pels col·laboradors de més nivell jeràrquic de l'empresa, amb la finalitat que serveixin de corretja de transmissió.

d) La formació integral de les persones a l'empresa, tant tècnica com des d'un punt de vista ètic.

2) La posada en marxa de sistemes de control que evitin pràctiques en contra de l'ètica.

a) En el disseny d'estructures organitzatives vinculades, jerarquitzaades i semiplanes que facilitin la informació i comunicació i evitin la decisió per compartiments i individualitzada, font de corrupció.

b) Amb un sistema de control clar i conegut, de manera que se sàpiga qui és el responsable i a qui ha de rendir comptes.

c) Amb procediments de presa de decisions transparents, que evitin que les grans decisions siguin responsabilitat individual en el procés, desenvolupament o execució evitant les «zones negres», que és on es genera la corrupció. Òbviament, lligant-ho als processos de planificació i sistemes on es generen aquestes decisions.

d) Un sistema de normes explícites, racional i coherent amb els objectius que es pretenen amb els valors ètics.

e) Controls interns i economicofinancers efectius, ja és una part fonamental i el seu poc control, una de les causes més freqüents que es produeixin comportaments no ètics a l'empresa.

3) Un sistema de motivació vers el comportament ètic elaborat i incardinat en la cultura de l'empresa. Motivar cap a l'ètica en positiu no significa que, en algunes ocasions, calgui tenir previst un sistema de sancions.

L'empresari ha de posar tots els mitjans al seu abast perquè, no solament a la seva empresa, sinó també en el seu sector i, fet i fet, com hem vist, en tot el teixit social que envolta l'activitat econòmica, desenvolupin la seva activitat en un entorn ètic, on es compleixin els principis bàsics i s'evitin situacions com les esmentades de suborn, extorsió o regals.

No obstant això, en aquesta lluita, en la qual també tenen molt a veure les institucions i els organismes públics mitjançant l'articulació de sistemes de control efectius per als seus empleats en aquells àmbits de responsabilitat en els quals és, desgraciadament, més freqüent del que seria desitjable en societats en les quals, formalment, es busca ser excel·lent en l'actuació comercial.

Seguint alguns autors clàssics, les empreses tenen molt a fer referent a l'ètica. I aquestes accions poden ser de molts tipus i han d'anar encaminades a crear un ambient dins i fora de l'empresa que propiciï el comportament ètic i eviti els freqüents comportaments no ètics.

Algunes de les qüestions que han de tenir en compte les empreses per propiciar el comportament ètic són les següents:

a) Processos de selecció estrictes dels responsables de llocs claus a les empreses, com poden ser els llocs de comercials o venedors, i, per descomptat, en aquells llocs relacionats amb les compres o adjudicacions en els quals el risc de suborn, extorsió o conducta il·lícita són més grans que en d'altres llocs.

b) Establir sistemes i procediments que dificultin el comportament no ètic amb sistemes de control clars, però enfocant-ho també des d'un punt de vista positiu.

c) Introduir els components ètics de forma concreta i casuística en totes les accions de formació de les empreses i proporcionar formació específica sobre aquesta matèria, de manera que es vagi introduint l'ètica de forma natural en l'actuació de l'empresa.

d) Establir un sistema de premis i sancions vinculats amb els comportaments ètics i no ètics.

e) Tots aquests sistemes ajuden a crear en les empreses i organitzacions una sèrie de valors que conformen un estil d'empresa, una filosofia viscuda, una cultura ètica que impregna o ha d'impregnar totes les actuacions de l'empresa.

f) L'elaboració profunda, detallada i clara de codis empresarials que constituïxin un marc ètic amb normes clares que tots els que treballen a l'empresa compleixin i siguin criteris a seguir davant determinats conflictes ètics que poden produir-se a les empreses en la seva actuació comercial. A l'apartat corresponent del crèdit de RSC s'aprofundirà en aquests codis que han de complir molts requisits, però essencialment han de ser una guia eficaç i pràctica per a la resolució del conflicte ètic i la descripció dels comportaments ètics en general i en aquesta organització concreta, que ha de respondre sempre a principis generalment acceptats. A més, per descomptat, que puguin ser eficaços, o sigui, que realment es puguin implantar en els diferents nivells de l'organització.

g) L'actuació de les persones amb responsabilitat a l'empresa influeix de manera determinant en l'àmbit intern (òbviament cap als seus empleats), en el qual una conducta ètica ajuda sens dubte a crear una cultura general de respecte a la dignitat de les persones i a la pràctica empresarial ètica, i, per descomptat a escala externa, on la seva actuació de denúncia o exemplaritat pot, segons el pes que tingui o la capacitat de *lobby* que pugui aconseguir, fins i tot propiciar modificacions legislatives per ajudar a disminuir la corrupció.

3.4.3. Annex. Frases relacionades amb la corrupció a l'empresa sobre les quals s'ha de debatre

Frases que s'han de comentar:

«La corrupció és un fenomen tan antic com l'home i pot manifestar-se de formes molt variades. Algunes formes de corrupció són molt antigues i conegudes, encara que les anomenem de manera nova».

«Si la meua competència ho fa, no jugar amb les mateixes cartes em deixa en desavantatge».

«En el cas de les empreses, tot tipus de corrupció genera una externalitat negativa que n'incrementa els costos, redueix la qualitat dels productes i serveis oferts i genera una suma negativa que beneficia alguns, a costa de l'organització i de l'estabilitat laboral de molts. Per aquest motiu, independentment de la qualificació moral que mereix, la corrupció en les transaccions comercials és una estratègia antieconòmica i un malbaratament de recursos financers, econòmics i administratius».

«Si deixem a un costat les consideracions d'ordre econòmic, també existeix un aspecte vinculat al tema que el fa de summa importància: deteriora el concepte de dignitat fins a deixar-lo en ruïnes. La dignitat és un concepte aplicable únicament a l'ésser humà com a fi en si mateix i a aquesta no se li pot fixar cap preu. Heus aquí realment el quid de la qüestió, la concepció instrumental que considera l'home com un mitjà per a un fi, enfront de la concepció finalista: l'home com un fi. En la primera, seria inútil buscar el concepte de corrupció perquè no tindria sentit; en canvi, per a la concepció finalista adquireix fonamental rellevància el tractament del tema si és que es pretén combatre amb afany aquesta font inesgotable d'antivalors».

Bibliografia

Tomás Melendo. *Las claves de la eficacia empresarial.* Ediciones IESE.

Argandoña, Antonio (1998). *La teoría de los stakeholders y el bien común* (pàg. 14). Barcelona: IESE. Universidad de Navarra.

Friedman, Milton (1970). «The social responsibility of bussiness is to increase its profits». *The New York Times*.

Melé, Domenec (2015). *Ética en la dirección de empresas.* Madrid: Pearson Educacion.

