

## PRESENTACIÓN

Hoy en día, las empresas representan una realidad económica e institucional que está, inevitablemente, imbricada en el contexto social y cultural en el que se desenvuelve su actividad. A las empresas ya no sólo se le pide que generen beneficios, sino que además se les está exigiendo que respondan adecuadamente a la comunidad, que se preocupen por los intereses de ésta y que rindan cuentas de su actuación. O por lo menos así parece entenderlo un buen número de profesionales e intelectuales del mundo empresarial. Algunos de los factores que han motivado esta creciente importancia de la responsabilidad social de las empresas son, entre otros, el aumento en la sensibilización sobre el poder de las empresas y su impacto social, el incremento de las exigencias sociales de transparencia y control de todo lo que directa o indirectamente puede afectar al bienestar de la colectividad y la preocupación por el nivel y la calidad de vida.

Esta responsabilidad social de las empresas está ligada a una toma de conciencia sobre la necesidad de incorporar la dimensión ética como un elemento clave de la gestión empresarial. En este sentido, la preocupación ética alcanza una dimensión desconocida hasta ahora en el mundo de la gestión de las empresas. Se trata, por lo tanto, de desarrollar una cultura organizativa de sólidos valores éticos que debe tender a convertirse en el marco estratégico para la toma de decisiones.

Esta preocupación se encuentra también influenciada por los escándalos financieros y los problemas de corrupción en las grandes corporaciones internacionales que han supuesto un fuerte ataque a la reputación del mundo de los negocios. Los problemas de ética empresarial sacuden a la economía global y parecen revelar una despreocupación por los intereses de los pequeños accionistas, pero también por las consecuencias negativas de su comportamiento sobre los y las asalariados de las empresas, la economía y la sociedad en general. De ahí, la importancia de reflexionar sobre la necesidad de integrar valores éticos en las empresas y desarrollar una conciencia social sobre las actividades empresariales.

La extensión y plena integración de la ética a la gestión empresarial es, sin duda, una apuesta de futuro dirigida a asegurar el beneficio económico y social a largo plazo. La ética empresarial, como ética aplicada que es, debe ser la encar-

gada de establecer ese tan necesario marco normativo de actuación que, más allá del marco jurídico, nos permita valorar la justicia de las acciones y de las decisiones empresariales. Aunque, como queda ampliamente reflejado a lo largo de este número, la aplicación de la exigencia ética a la gestión empresarial es una tarea ardua y compleja que, incluso, comienza por aclarar qué es la ética, qué valores de referencia se están utilizando y cuál es el contenido básico de la ética en la empresa. De ahí, la amplia cobertura de temas abordados a lo largo de las páginas de este número de nuestra revista.

Así, el artículo de Maite Ansa aborda, en profundidad, el tema de la ética económica, es decir, el extenso ámbito de las relaciones entre ética y economía, así como las reflexiones sobre la ética del capitalismo desde diferentes escuelas de pensamiento económico. Este análisis es muy sugerente y contribuye, además, a entender mejor el marco económico general en el que la ética de la empresa aparece como ámbito específico de interés.

Las reflexiones de Angel Toña ponen el acento sobre lo que se oculta tras esa aparente unanimidad entre los expertos, tanto sean filósofos como empresarios, legitimando la aplicación de criterios éticos al comportamiento empresarial y defendiendo que la ética empresarial puede y debe conformar el núcleo de las estrategias, de las culturas y de las actividades del mundo de los negocios. Como señala este autor, todos parecen estar plenamente convencidos de la importancia y centralidad en el mundo de los negocios de criterios éticos, pero el consenso se deshace en cuanto concretamos la aplicación de los comportamientos derivados para los sujetos afectados.

Arantxa Echaniz, desde su amplia y profunda experiencia en la docencia, reflexiona sobre la relevancia y la oportunidad de la formación deontológica y ética de los estudiantes universitarios, futuros profesionales de nuestra sociedad. Para la autora de esta colaboración la conclusión es clara: la formación de buenos profesionales (con los conocimientos técnicos necesarios) no necesariamente conduce a la formación de profesionales «buenos». De aquí la necesidad de impartir la asignatura de ética empresarial. Pero ésta de nuevo no es una tarea fácil ya que, como viene señala la profesora Echaniz, nos enfrentamos al reto de entroncar con la dimensión ética de la profesión que es tan ineludible como la dimensión ética de toda persona. Para llegar a ser buenos profesionales es necesario profundizar en el sentido último, social de la profesión y preguntarse no sólo qué es ser un buen profesional, sino un profesional 'bueno'.

Catherine Sauviat, por su parte, nos introduce en los cambios que se han producido en modelo económico de empresa configurado alrededor del nuevo poder de las finanzas. La búsqueda de una optimización de la rentabilidad de los capitales propios basada en la valoración de las cotizaciones en bolsa, ha supuesto, a la vez, un incentivo para el crecimiento vía fusiones-adquisiciones y un medio primordial de inversión financiera para los directivos, junto a una ten-

dencia evidente a manipular las cuentas para aligerar los balances de las sociedades y producir los beneficios esperados por los mercados. Las dos quiebras más importantes de la historia americana (Enron y WorldCom) son una muestra casi perfecta de esta gestión empresarial al servicio exclusivo de las cotizaciones en bolsa.

En esta misma línea, Marcela Espinosa pone de relieve cómo las exigencias de responsabilidad social afectan, de forma muy especial, a las empresas cotizadas. Hoy en día, la sociedad exige altas cotas de eficacia, agilidad, responsabilidad y transparencia en el gobierno de estas empresas. Una demanda social que viene provocada principalmente por el creciente papel y número de accionistas en la sociedad y la globalización de la economía y la internacionalización de los mercados financieros. De ahí que, entre las principales manifestaciones de la ética en la empresa se encuentra la de suministrar información veraz, suficiente y de calidad sobre la situación económico-financiera y sobre los resultados de la empresa. Sin embargo, esta exigencia no siempre se cumple. Tanto la manipulación, falseamiento u ocultación de la información contable como el uso creativo de las normas contables generan una fuerte desconfianza por parte de los usuarios y les impiden la correcta toma de decisiones.

Marisa Méndez extiende la reflexión sobre la integración de la ética empresarial al ámbito de las políticas de igualdad realizando una revisión de la evolución seguida en los últimos años tanto en el campo de las acciones positivas como en las políticas de conciliación y de apoyo a la familias. Para esta autora, las respuestas de las empresas españolas en uno y otro ámbito han sido y son escasas y, de manera general, a pesar de la proliferación de códigos de conducta, documentos de responsabilidad social o comités empresariales por un comportamiento más ético, se sigue sin tener en cuenta ni la discriminación hacia las mujeres, que son todavía evidentes, ni las dificultades de compaginar la vida laboral y familiar que una gran mayoría de trabajadoras sufre.

Por último, el número se cierra con la colaboración de José Luis Retolaza y Juan San Emeterio sobre la banca ética en nuestro entorno, profundizando, tras analizar los principales referentes europeos y españoles, en la demanda potencial que una actividad financiera que actúe bajo una filosofía ética y solidaria puede llegar a tener en la CAPV y cuál sería el planteamiento de marketing que ayudaría a la emergencia de una banca ética en esta Comunidad Autónoma.

MIKEL DE LA FUENTE LAVÍN  
Director de Lan-Harremanak  
Director de la E.U. de Relaciones Laborales  
U.P.V./EHU