



QUE ES EL FORO

El Foro de Reflexión sobre Ética y Valores en la Empresa es un grupo, auspiciado por la Fundación Entreculturas y por la Universidad Pontificia de Comillas, compuesto por personas del mundo de la empresa y del académico, que comparten una inquietud común acerca de cómo fomentar y desarrollar una ética constituida por valores y normas de conducta sólidos que inspiren la actuación de las personas, de las empresas y de las instituciones de enseñanza, sin excluir a los poderes públicos y a la sociedad española en general.

PARTICIPANTES EN EL FORO

El Foro ha venido celebrando una serie de debates y reuniones de trabajo a lo largo de más de un año, para establecer un primer punto de vista acerca de la ética y su situación en la empresa española y en nuestra sociedad en general.

En estos debates han participado más de 30 personas procedentes tanto del Mundo de la empresa como del académico.

* Antonio	Abril	(Secretario General Inditex)
* Agustín	Alonso	(Director General Entreculturas)
* Luis	Arancibia	(Director Adjunto Entreculturas)
* Juan	Arena	(Presidente Bankinter)
* Anna	Bajo Sanjuán	(Cátedra Javier Benjumea de Ética empresarial)
* Juan	Benavides Delgado	(Catedrático de la Universidad Complutense)
* Carlos	Berzosa	(Rector Universidad Complutense Madrid)
* Anna M.	Birulés	(Vicepresidenta Renta Corporación)
* Juan Antonio	Briano	(Director RSC EOI)
* Luis	Bueno Ochoa	(Profesor Ética Profesional ICADE-UPCO)
* Jose Ramon	Busto	(Rector Universidad Pontificia Comillas)

* Jesús	Cainzos	(Presidente JM Cainzos & Asociados)
* Ildelfonso	Camacho Laraña	(Rector Facultad de Teología)
* Marcial	Campos	(Consejero Independiente)
* Miguel Angel	Canalejo	(Presidente NAZCA)
* Manuel	Carneiro Caneda	(Cátedra Grupo Santander de RS, Univ.Fco.Vitoria)
* Jhon	De Zulueta	(Presidente Sanitas)
* Jose Luis	Fernandez	(Director Cátedra Ética Empresarial J. Benjumea)
* Miguel	Fernandez Pinedo	(Presidente Fundación PriceWaterHouseCoopers)
* Joan	Fontrodona	(Profesor Dpto Ética IESE)
* Santiago	García Echevarría	(Catedrático Política Económica de la Empresa Universidad Alcalá de Henares)
* Andres	García Román	(Profesor Toxicología Universidad de Córdoba)
* Pablo	García Ruiz	(Profesor Sociología, Univ.Navarra)
* Joaquín	Garraida	(Vicedecano de Ordenación Académica Instituto de Empresa)
* Ignacio	Gil Casares	(Presidente Spencer Stuart)
* Carlos	Gonzalez	(Director de Unión FENOSA)
* Fernando	Gonzalez Urbaneja	(Presidente Asociación de la Prensa)
* Mercedes	Gutierrez	(Profesora de CCPP y SS de la UCM)
* Juan	Illana	(Secretario Fundación Accenture)
* Jesús V.	Izquierdo	(Director de Worldgate Group)
* Juan Ignacio	Lamata	(Gerente Asesoría Jurídica El Corte Inglés)
* Josep	Miralles	(Director Dpto.Ciencias Sociales ESADE)
* Pedro	Morenés Eulate	(Secretario General Círculo Empresarios)
* Francisco	Moreno Alborán	(Consejero Independiente)
* Soledad	Núñez Ramos	(Directora General del Tesoro)
* Susana	Rodriguez Vidarte	(Decana Facultad Ciencias Comerciales DEUSTO)
* Fernando	Ruiz Ruiz	(Socio Deloitte & Touch)
* Joaquín	Targa	(Vicepresidente Grupo Esteve)
* Fernando	Velasco	(Prof. Filosofía Moral Univ. Rey Juan Carlos)

A QUE CONCLUSIONES HA LLEGADO EL FORO

En sus primeras reuniones, el Foro se ha centrado en las cuestiones de ética, principalmente en el ámbito de las empresas. Por su incidencia en ellas, se han incluido además, en esta reflexión, a las Universidades y Escuelas de Negocios. Las reflexiones más importantes, que planteamos como punto de partida, se articulan alrededor de los siete puntos siguientes:

1- **¿Qué se entiende por ética?** Sin entrar en una definición teórica rigurosa, diremos que la ética está constituida por una serie de **principios, valores y normas “que van más allá de lo exigido por la ley”** y que deben **inspirar la conducta de las empresas**. Estos valores y normas constituyen el **requisito indispensable para que la empresa pueda cumplir adecuadamente sus fines al garantizar el respeto por los derechos e intereses de todos los que, directa o indirectamente, se ven afectados por ella y la búsqueda del equilibrio entre ellos**. Estos grupos incluyen a accionistas, empleados, clientes, proveedores y socios de negocio, poderes públicos y la sociedad en general.

2- **La empresa ocupa un lugar absolutamente central en cuanto a la ética se refiere**. En ella confluyen multitud de conductas y tiene un enorme poder para contribuir a la formación o deformación de los criterios y principios de quienes trabajan o interactúan con ella. Su proyección social y su protagonismo son cada vez mayores y tanto más importantes cuanto mayor es su posición de liderazgo. **Por ello, es de hecho un elemento esencial a la hora de impulsar valores y principios éticos y tiene una responsabilidad especial de hacerlo, como mínimo, en su ámbito de actuación**.

3- **La ética y los valores, en la medida en que determinan e inspiran la conducta de las personas son esenciales para las empresas:**

- **Por razones de interés**. Las empresas que aplican, genuinamente principios éticos en sus relaciones con sus accionistas, sus clientes, sus proveedores, sus empleados, los poderes públicos y la sociedad en general, tienen ventajas competitivas a largo plazo. Actuar de forma ética no constituye, por tanto, una mera actitud altruista, sino que es una inversión en áreas críticas, que se recupera en el largo plazo.

- **Por razones de carácter moral y social**. Actuar de acuerdo con la ética es, rigurosamente hablando, una obligación. Se trata en definitiva de “lo que se debe hacer”, en el más amplio sentido. El concepto de ética engloba lo que debe ser la verdadera Responsabilidad Social Corporativa y va mucho más allá que ella. Es más exigente y obliga a considerarla en su dimensión genuina.

4- El nivel actual de conducta ética en España es bajo y posiblemente, esté en declive:

- En las empresas
- En la Universidad
- En el sector público y político
- En la sociedad en general

5- Invertir la tendencia para remediar la situación es urgente y complejo. No existen soluciones mágicas, ni caben las simplificaciones. El problema alcanza a toda la sociedad, es pluridimensional y requiere un esfuerzo permanente, a muchos niveles. Paralelamente, la urgencia de avanzar, se deriva tanto de la importancia del tema como de la propia dificultad de tener impacto.

6- Cada empresa, cada institución, cada individuo debe plantearse lo que él puede y debe hacer, en su ámbito correspondiente. No cabe escudarse en la falta de ética de otros protagonistas sociales, ni en la imposibilidad de una hipotética "llamada general a la ética".

7- Ningún mecanismo puede sustituir al convencimiento y compromiso con la conducta ética, sin embargo, si éste convencimiento existe, hay algunos que pueden ayudar. Una de las conclusiones del Foro es que la adopción genuina de un Código Ético en las empresas es un instrumento poderoso. El Código debe aclarar y orientar cuáles deben ser las normas de conducta en relación con determinados aspectos de la actividad empresarial: Clientes, proveedores, empleados, accionistas, poderes públicos, otros grupos afectados por la empresa. Para que sea efectivo, el Código debe utilizarse realmente, como parte integrante de la gestión, dándole la difusión adecuada y usándolo como criterio de decisión, de evaluación de las personas y de medio de creación de cultura empresarial.

PASOS DADOS

A partir de estas conclusiones, el Foro ha llevado a cabo un sondeo de opinión con los Presidentes y Primeros Ejecutivos de un centenar de empresas relevantes, para conocer, de forma confidencial sus puntos de vista acerca de las conclusiones del Foro y del papel de la ética en la empresa.

Este sondeo ha sido realizado por Metroscopia entre Mayo y Julio de este año y sus resultados figuran aparte. Por el interés que estos resultados presentan, el Foro está procediendo a su difusión de forma amplia.