

## **Revisión de la literatura: Ética en las relaciones laborales**

**Kauane Lysien Costa Ferreira**

[klysien@gmail.com](mailto:klysien@gmail.com)<sup>1</sup>

**Fecha de recepción: 01-09-2020**

**Fecha de aprobación: 13-11-2020**

### **Resumen**

Hace 30 años, ser sensible a los problemas éticos era tan importante como ser técnicamente competente. Sin embargo, las empresas se alejaron gradualmente de esta visión y comenzaron a adoptar la postura donde gestión es una práctica técnica, neutral en términos de valores. Un ejemplo de esto es el uso de modelos de decisión exclusivamente cuantitativos, que oscurecen el papel del juicio individual. Por lo tanto, entendemos claramente la necesidad de una gestión moderna dirigida a crear relaciones más éticas en el mundo de los negocios con el fin de permanecer en el mercado y obtener ventajas competitivas. La sociedad en su conjunto también se beneficia de este movimiento. La organización debe actuar honestamente con todos aquellos que tienen algún tipo de relación con ella, es decir, con socios comerciales, es decir, con partes interesadas (empleados, proveedores, clientes, consumidores, accionistas, inversores, medio ambiente, sociedad y gobierno). En este momento, la ética aparece como un elemento diferenciador de imagen y, cada vez más, las empresas necesitan entender esto. Quienes incorporen este concepto y una posición consistente con él se encontrarán más preparados para sobrevivir y beneficiarse en este mundo cada vez más "igualitario".

**Palabras clave:** Ética, empresa, sociedad. Gestión de personas. Responsabilidad social

### **Resumo**

Há 30 anos atrás, ser sensível às questões éticas era tão importante quanto ser tecnicamente competente. No entanto, as empresas gradualmente se afastaram dessa visão e passou a assumir a posição de que a gestão é uma prática técnica, neutra em termos de valores. Um exemplo disso é o uso de decisão exclusivamente quantitativa,

---

<sup>1</sup> Licenciada en Bibliotecología con especialización en Administración Pública (Universidad Federal de Ceará). Estudiante de Doctorado en Ciencias Empresariales y Sociales (UCES).

que obscurece o papel do julgamento individual. Portanto, entendemos claramente a necessidade de uma gestão moderna voltada para criar relações mais éticas no mundo dos negócios para permanecer no mercado e, obviamente, obter vantagens competitivas. A sociedade como um todo também se beneficia desse movimento. A organização deve agir honestamente com todos aqueles que têm algum tipo de relacionamento com ela, ou seja, com parceiros comerciais, com as partes interessadas (funcionários, fornecedores, clientes, consumidores, acionistas, investidores, meio ambiente, sociedade e governo) Neste momento, a ética surge como um elemento diferenciador da imagem empresarial. As empresas precisam entender isso. Aqueles que incorporam este conceito e tem uma posição consistente com ele, se encontrarão mais preparados para sobreviver e lucrar neste mundo cada vez mais “igualitário”.

**Palavras-chave:** Ética, negócios, sociedade. Gestão de Pessoas. Responsabilidade social.

#### **Abstract**

30 years ago, being sensitive to ethical issues was as important as being technically competent. However, companies gradually moved away from this vision and started to assume the position that management is a technical, neutral in terms of values. An example of this is the use of exclusively quantitative decision, which obscures the role of individual judgment. Therefore, we clearly understand the need for modern management focused on create more ethical relationships in the business world to remain in the market and obviously obtain competitive advantages. Society as a whole it also benefits from this movement. The organization must act honestly with all those who have some kind of relationship with her, that is, with partners with stakeholders (employees, suppliers, customers, consumers, shareholders, investors, environment, society and government). At this moment, ethics appears as a differentiating element of the corporate image. Companies need to understand this. Those who incorporate this concept and has a position consistent with it, they will find themselves better prepared to survive and profit in an increasingly “egalitarian” world.

**Keywords:** Ethics, business, society. People management. Social responsibility.

## **Introducción**

Hoy en día, es común encontrar noticias en los periódicos sobre actividades comerciales perjudiciales para las personas y la sociedad en general. Entre los ejemplos sorprendentes están los productos cuya calidad se sacrifica en nombre de la reducción de costos.

Hace 30 años, ser sensible a los problemas éticos era tan importante como ser técnicamente competente. Sin embargo, las empresas se alejaron gradualmente de esta visión y comenzaron a adoptar la postura de que la gestión es una práctica técnica, neutral en términos de valores. Un ejemplo de esto es el uso de modelos de decisión exclusivamente cuantitativos, que oscurecen el papel del juicio individual. Por lo tanto, los ejecutivos terminan tan preocupados con los problemas técnicos que los problemas éticos ocupan el segundo lugar. Los dilemas y conflictos tan antiguos como la historia humana insertados en situaciones nuevas no siempre se consideran problemas éticos. Adecuada en la naturaleza de las relaciones sociales, la diversidad de intereses debe ser considerada como una oportunidad para que la empresa se ubique, cada vez más, como organización centrada en el bien común.

Es necesario hacer comprender a las personas que integran las organizaciones que hoy en día existe una creciente demanda social de transparencia, integridad y probidad, tanto en el tratamiento de los asuntos públicos como en el suministro de productos y servicios al mercado y en las relaciones humanas. Las actitudes y las decisiones poco éticas no son soluciones duraderas. Las empresas deben tener normas de conducta ética como un aspecto fundamental de su cultura, una de las razones básicas de la credibilidad en el mercado.

Estos valores, percibidos por la sociedad, son realizados y hechos efectivos por las personas que componen una organización. En la práctica, las situaciones de conflicto de intereses constituyen la moral de una empresa. Por lo tanto, es necesario volver a la visión empresarial de la moralidad ética según la cual los ejecutivos deben preocuparse por las consecuencias éticas de lo que hacen. Los defectos éticos dañan la imagen de la empresa y la llevan a perder clientes y proveedores importantes, lo que dificulta el establecimiento de asociaciones, porque cuando se trata de tomarse de

la mano, además de aumentar las afinidades culturales y comerciales, también comprueban si hay mucha compatibilidad ética entre ellos. Recuperar la imagen de una empresa es una tarea muy difícil. La ética empresarial siempre y cuando sea solo una cuestión de filosofía siempre estará en el fondo. La ética ahora puede ser explicada y se está convirtiendo un gran diferencial competitivo, que puede distinguir a una empresa de sus competidores, atrayendo la mirada cada vez más cercana de los consumidores.

Por lo tanto, entendemos claramente la necesidad de una gestión moderna dirigida a crear relaciones más éticas en el mundo de los negocios con el fin de permanecer en el mercado y, obviamente, obtener ventajas competitivas. La sociedad en su conjunto también se beneficia de este movimiento. La organización debe actuar honestamente con todos aquellos que tienen algún tipo de relación con ella, es decir, con socios comerciales, es decir, con partes interesadas (empleados, proveedores, clientes, consumidores, accionistas, inversores, medio ambiente, sociedad y gobierno).

En este momento, la ética aparece como un elemento diferenciador de imagen y, cada vez más, las empresas necesitan entender esto. Quienes incorporen este concepto y una posición consistente con él se encontrarán más preparados para sobrevivir y beneficiarse en este mundo cada vez más "igualitario".

## **Objetivos**

### Objetivo general

Analizar, a través de la investigación bibliográfica, cómo se puede utilizar la ética en las relaciones laborales.

### Objetivos específicos

- a) Diferenciar entre ética y moral.
- b) Analizar las ventajas de ser una empresa ética.
- c) Aplicar el uso de la ética en el trabajo diario.

## **Revisión de literatura**

### **Concepto de ética**

Según Vásquez (2002) "La ética es la ciencia que estudia el comportamiento moral de los hombres en la sociedad". La ética está construida por una sociedad basada en valores históricos y culturales. Esta definición nos lleva a dos preguntas según Passos (2004, p. 45):

“El primero está relacionado con el papel que desempeña en la sociedad, en el sentido de permitir un equilibrio entre los deseos individuales y los intereses de la sociedad, a fin de permitir un equilibrio entre los deseos individuales y los intereses de la sociedad; así, no hay moralidad individual; siempre es social, ya que implica relaciones entre sujetos. Por lo tanto, las normas morales se colocan en función de una concepción teórica vigente, que casi siempre es la concepción dominante.”

En el segundo aspecto, se sabe que los valores morales expresan una cultura. Por lo tanto, varían históricamente, ya que cada sociedad construye sus normas basadas en sus creencias, modelo social, formación económica y social.

Es en este sentido que Vaz (1993) menciona que la ética, en su significado inicial estaba dirigido a la cultura y se entendía como el hogar del hombre, como un refugio protector para los seres humanos, es decir, como una condición de supervivencia y convivencia social.

Según Rosini (2003, p. 146):

*“La ética se define como el estudio de los juicios de apreciación relacionados con la conducta humana susceptibles de calificación desde el punto de vista del bien y el mal, en relación con una sociedad determinada, o de manera absoluta. En el entorno corporativo, busca guiar al individuo en la toma de decisiones*

teniendo en cuenta el punto de vista predominante en la sociedad, en un período de tiempo determinado.”

Para ilustrar este problema, Rosini (2003, p. 147), señala que "en las economías nacionales y mundiales actuales, las prácticas comerciales de los gerentes afectan la imagen de la empresa para la que trabajan". Por lo tanto, para que la empresa compita

con éxito en los mercados nacionales y mundiales, será necesario mantener una sólida reputación de comportamiento ético.

### **Modalidades de ética**

La ética se divide en algunas modalidades, se habla mucho de ética profesional y ética conductual. Según Vaz (1996, p.19):

*“La acción ética, tanto de la comunidad como del individuo, entendiendo las costumbres y hábitos, expresa nuestra situación fundamental como seres que habitan el ethos. Es la vida del bien en las organizaciones humanas. La vida completamente humana.”*

La ética profesional se ocupa de los derechos y deberes de los profesionales, a través de los cuales se crean los códigos éticos de cada profesión.

Así, los Códigos de Ética Profesional (Camargo, 1999, p.15) "estructuran y sistematizan los requisitos del triple plan de orientación, disciplina e inspección". Establecen parámetros variables que delimitan la base dentro de la cual la conducta puede o debe considerarse regular desde un punto de vista ético.

En cualquier profesión, el Código de Ética tiene como objetivo proteger al profesional y los consumidores. Según Maximiliano (1997, p.294): "Los códigos de ética son parte del sistema de valores que guían el comportamiento de las personas, grupos y organizaciones y sus administradores".

Por otro lado, las personas tienen que entregar sus almas a los códigos para poder vivirlos. Según Sá (1996, p.136):

*“Cuando la conciencia profesional se estructura en triángulo, formada por el amor a la profesión, la clase y la sociedad, no hay nada que temer cuando se trata del éxito de la conducta humana; el deber se convierte en un simple resultado de las convicciones plantadas en las áreas ocultas del ser, depositadas allí por formaciones educativas básicas.”*

La ética del comportamiento es una cuestión de ser moral en sus actitudes, en la forma en que el individuo actúa en situaciones específicas. La mayoría de las personas actúan con honestidad porque quieren dormir con la conciencia tranquila, o de lo contrario

tienen miedo de las consecuencias, que pueden resultar en actos ilegales o poco éticos; dice Jacomino (2000).

El comportamiento moral variará de acuerdo con los valores y principios de cada individuo, teniendo la ética como protección contra actitudes inmorales, que pueden dañar a otros.

### **Relación de las organizaciones con la ética**

Edgar Schein (1982) define la cultura organizacional como la forma en que los miembros de una empresa abordan problemas de integración interna y adaptaciones externas.

Según Fornari (2004), la forma en que la organización trabaja adquiriendo experiencias en diferentes situaciones construye la creencia de cada organización, donde se desarrolla en el modelo de gestión y tiene la misión y la visión de la organización como punto de partida.

Las organizaciones están formadas por individuos de diferentes culturas, una cultura empresarial formada por la influencia regional, familiar y organizativa.

Hofstede (1980) defiende la idea de que cada individuo forma su cultura influenciada por la familia, la escuela, la región donde vive y por la organización donde opera. La cultura influirá en los grupos al diferenciarlos y permitir que se mantenga el orden social, haciendo que los comportamientos individuales sean predecibles.

De acuerdo con Robertson (2002) los individuos están bajo la influencia de la cultura social. La perspectiva cultural de cada individuo influye en las reacciones a los dilemas éticos.

Para Moreira (1999, p. 28), “la ética empresarial se define como el comportamiento de la empresa que se considera rentable cuando actúa de acuerdo con los principios morales y las reglas de buen comportamiento aceptadas por la comunidad (reglas éticas)”.

Las personas deben comportarse éticamente para permanecer en la sociedad y, por lo tanto, ser conscientes de la importancia de las relaciones para la reconstrucción de la existencia dentro de la sociedad.

Según Srour (2003), es un desafío evitar actos que satisfagan intereses individuales y egoístas. Las organizaciones buscan practicar una conducta ética y transmiten esta importancia a sus colaboradores para lograr objetivos comunes (empresa x colaborador), siempre con el objetivo del bien de todos.

Srour (2003, p. 12) señala que "ser altruista significa tener en cuenta los intereses de la mayoría, tomar decisiones que beneficien y no perjudiquen demasiado y actuar en pro del bienestar de todos".

Por lo tanto, el trabajo consistirá en analizar la importancia de la ética en las relaciones laborales, de modo que pueda brindar bienestar, satisfacción, credibilidad y confianza a todos, en el mercado laboral, de empleadores, empleados y clientes.

### **Ética empresarial**

La ética empresarial es algo de gran importancia en las empresas de hoy, no porque las organizaciones se hayan convertido en buenos administradores, sino porque la sociedad es más consciente y ha exigido más de sus derechos y las empresas a su vez más de sus socios.

Para Moreira (2002, p. 31) "Los procedimientos éticos facilitan y solidifican los lazos de asociación comercial, tanto con clientes y proveedores, como con socios efectivos o potenciales. Esto se debe al respeto que un agente ético genera en sus socios."

La ética empresarial no es solo una relación de personas, sino también la relación de la empresa con la sociedad en su conjunto. Cuando la Compañía se instala en un lugar determinado, no solo necesita la mano de obra calificada de sus colaboradores, sino que necesita diversos recursos materiales e intelectuales como el espacio físico, los recursos naturales, las materias primas, las fuentes de energía, los recursos humanos y el esfuerzo físico de sus empleados. Si la compañía no tiene una actitud ética y transparente hacia todos los involucrados directa e indirectamente, esa compañía no



será bien considerada.

Según Srour (2000, p.18), las compañías éticas son aquellas que subordinan sus actividades y estrategias a la reflexión ética previa y actúan de manera socialmente responsable. El autor sugiere pensar, hablar y practicar la ética, porque de esta manera habrá coherencia en lo que se dice y en lo que se hace.

Hoy en día, lo que vemos son empresas de todo el mundo, aquí en Brasil. Las organizaciones tienen que lidiar con otro problema, que es el choque cultural y las formas de hacer negocios, no siempre están en línea con la sede de la compañía, que se encuentra en otro país. Por lo tanto, una forma de resolver este problema es con la creación por parte de las empresas de códigos de ética corporativos.

Según Debeljuh (2003), a medida que se configura la cultura corporativa, la responsabilidad de contribuir al bien común pertenece a todos en la empresa, no depende de acciones individualizadas, lo que crea un ambiente favorable para la educación y las virtudes. El autor defiende la idea de que la cultura corporativa refuerza y difunde las acciones virtuosas sin eliminar la libertad de todos.

Las empresas buscan ser éticas independientemente de su nacionalidad e industria. La ética es vista como uno de los elementos fundamentales del éxito de una empresa. Grayson y Hodges (2002, p. 69) afirman que:

*“La consecuencia de la pérdida de reputación de las instituciones, incluidas las instituciones comerciales, es que ya no pueden esperar confianza y respeto automáticos. La credibilidad y la autoridad deben adquirirse y readquirirse continuamente, lo que requiere un mayor grado de responsabilidad que el demostrado por la mayoría en la actualidad.”*

Passos (2004) enfatiza que este activo intangible, la reputación, cuando se agita, para bien o para mal, tiene un poder impactante sobre los valores tangibles de una empresa. La reputación de una empresa se construye con el tiempo, y es algo más amplio que su imagen, después de todo, con una buena publicidad, con solo treinta segundos se construye una imagen. La reputación, por otro lado, se refiere a cómo las partes interesadas reconocen y cumplen sus expectativas, lo que ciertamente no sucede a corto plazo.

La ética puede ser un diferencial, como ya se mencionó, en el mercado empresarial y profesional. Dado que, en general, la imagen de la organización está directamente relacionada con la empresa y sus profesionales, la falta de ética puede comprometer considerablemente su desempeño, por eso es de gran importancia que la ética empresarial sea vista como algo muy importante para lograr metas y objetivos, y garantizar el éxito ante todos.

### **Responsabilidad social empresarial**

La responsabilidad social corporativa está directamente vinculada a la postura ética de una empresa. Para Ferrel (2000), la responsabilidad social es la obligación que la empresa asume con la sociedad. Esto implica que las empresas deben maximizar los efectos positivos y minimizar los efectos negativos de sus acciones. Srour (2005, p.22) argumenta que:

*“Ya no se busca maximizar el rendimiento a toda costa. Bajo la presión de la sociedad civil, parte del valor agregado termina convirtiéndose en ganancias sociales. En consecuencia, una empresa socialmente responsable aún debe buscar ganancias, implementar políticas que mejoren la calidad de vida de la sociedad en su conjunto.”*

En una definición amplia, Melo Neto y Brennan (2004), afirman que la responsabilidad social:

*“Es una actividad conducente al desarrollo sostenible, la calidad de vida en el trabajo y en la sociedad, el respeto a las minorías y a los más necesitados, la igualdad de oportunidades, la justicia común para la promoción de la ciudadanía y el respeto de los principios y valores.”*

Sin embargo, el sentido de responsabilidad social no se apoya solo en los resultados que puede producir. Es una cuestión de principios. Duarte y Dias (1986, p. 25) están de acuerdo:

*“Está claro en una sociedad informada y crítica como actual, una postura socialmente responsable constituye la mejor base para una imagen sólida y para la aceptación social de la empresa. Sin embargo, este y otros beneficios que puede obtener la empresa no son determinantes de su desempeño, cuando actúa de acuerdo con su responsabilidad social.”*

La responsabilidad social puede definirse como un deber de la empresa para ayudar a

la sociedad a alcanzar sus objetivos. Es una forma de que la empresa demuestre que existe no solo para explotar los recursos económicos y humanos, sino también para contribuir al desarrollo social. Según Certo y Peter (1993), la responsabilidad social es la obligación administrativa de tomar medidas que protejan y promuevan los intereses de la organización junto con el bienestar de la sociedad en su conjunto. La responsabilidad social corporativa actual es diferente de la del pasado, pero sus objetivos deben estar vinculados a la idea de bienestar social.

En el estudio de la responsabilidad social de las empresas, existen al menos dos corrientes opuestas: para una de ellas, el propósito de la empresa es solo el beneficio y nada más y, por lo tanto, al actuar, ya está cumpliendo su función social; sin embargo, para otra corriente, la responsabilidad social va más allá de las ganancias, y una empresa no puede ser un fin en sí misma. Según Benedicto (1997, p.14):

*“Toda empresa tiene una responsabilidad social. Es su deber pensar en el bienestar de la sociedad, no solo en las ganancias. La preocupación por lo social se convirtió incluso en una cuestión de supervivencia. Es una forma de “marketing”. La responsabilidad social puede definirse como el deber de la empresa de ayudar a la sociedad a alcanzar sus objetivos. Es una forma de que la empresa demuestre que existe no solo para explotar los recursos económicos y humanos, sino también para contribuir al desarrollo social. En resumen, es un tipo de responsabilidad.”*

Las empresas existen para satisfacer las necesidades de las personas y la sociedad, a través de productos, servicios y acciones que contribuyen al desarrollo económico y ambiental sostenible, además de ser socialmente más justos. Entre los objetivos comerciales, debe haber una concentración de esfuerzos para contribuir de manera innovadora y ejemplar a la mejora de la sociedad, provocando cambios en las actitudes y valores que materialicen el ideal de una sociedad más justa.

### **Responsabilidad social con el público interno y externo**

Como hemos visto, uno de los factores más importantes para una empresa hoy en día es su capital humano, es decir, sus empleados. La empresa socialmente responsable debe preocuparse por su público interno. Las personas, como el diferencial de una organización, deben ser valoradas y motivadas para lograr un mayor éxito en los objetivos de la organización. El tratamiento de los empleados con dignidad,

responsabilidad y libertad de iniciativa debe ser parte de la cultura de la empresa.

La responsabilidad social con su público interno da como resultado una mayor productividad, compromiso y motivación, así como una menor rotación laboral. Esto afecta positivamente la calidad de los productos y servicios proporcionados por la organización.

Para el público externo, la responsabilidad social de la empresa en la comunidad debe ser coherente con sus valores y prioridades, y puede llevarse a cabo directamente, a través de apoyo material y servicios a proyectos comunitarios dirigidos a niños y adolescentes necesitados, educación, salud y trabajo. Otra forma es hacer que sus empleados estén disponibles para el trabajo voluntario que muestra algo positivo a la comunidad. Las empresas deben centrarse en su responsabilidad social en su cadena de negocios, abarcando las preocupaciones con los diversos interesados: accionistas, empleados, proveedores de servicios, consumidores, comunidad, gobierno, buscando comprender e incorporar sus demandas comerciales.

Roddick (2002) va más allá, entendiendo que el cambio social es el foco central de la responsabilidad social corporativa, independientemente de una etiqueta socialmente responsable, socialmente consciente o socialmente reflexiva, lo que nos importa es demostrar que las empresas deben convertirse en una fuerza para un cambio social positivo.

La transmisión de valores éticos debe estar en conformidad con los contratos y en la relación con los socios. Además, la empresa socialmente responsable debe actuar con transparencia política, fomentar la ciudadanía en la sociedad, además de no ofrecer ni recibir sobornos. La responsabilidad social corporativa con los clientes, por otro lado, está relacionada con el desarrollo de productos y servicios confiables, que no causen daños y expectativas excesivas a sus usuarios y a la sociedad, que contengan información detallada sobre el embalaje correcto. Según Miranda (2000, p. 35):

*“Esta preocupación ganó importancia en los movimientos de consumidores y ciudadanos, como el Movimiento de Consumidores, a través de la sociedad de que el consumo tiene implicaciones sociales y de consumo, como ciudadanos, deben buscar fortalecer sus derechos. Dado que los consumidores juzgan cada*

*vez más la reputación de la compañía en las decisiones de compra, la responsabilidad social se considera un tema estratégico para la supervivencia.”*

### **La ética en la gestión de personas**

En el mercado laboral brasileño, la ética parece ser más comentada que vivida. Es necesario contar con profesionales líderes que sepan cómo influenciar a sus colegas, jefes y gerentes de forma natural e inteligente, de modo que los valores morales se superpongan. En la gestión de personas, las organizaciones están muy preocupadas por el marco legal, el cumplimiento de la legislación laboral, los acuerdos sindicales y otros aspectos previstos en los reglamentos gubernamentales y las directrices de la empresa.

Como se ve hoy, los trabajadores buscan una empresa que tenga una postura ética en su trabajo diario, y no solo una postura teórica. Por lo general, antes de unirse a una empresa, el candidato busca saber cómo se hacen los negocios de la organización, buscando saber si tiene un punto de vista ético, cómo se lleva esto a la práctica, porque lo que sabemos es que una empresa que no es transparente no puede garantizar su supervivencia en el mercado.

Para Cohen (2003, p.09) "en este contexto, la ética definida como la transparencia en las relaciones y la preocupación por el impacto de sus actividades en la sociedad, se ha visto como una especie de requisito para la supervivencia de las empresas".

Otro factor que influye en la gestión de personas es el liderazgo. El líder es fundamental dentro de una organización, porque a través de él los seguidores se reflejan para alcanzar el logro, principalmente cuando el seguidor se siente seguro, con lo que se crea un vínculo entre ellos de una manera firme y duradera (Boss, 1997). Para Hersey y Blanchard (2005), el liderazgo es la capacidad de influir en las actividades de individuos o grupos para la acción y el logro de objetivos a través de personas que en alguna etapa de la vida, son guiadas o apoyadas por algún tipo de líder.

Por lo tanto, el liderazgo no es solo uno de los temas del universo gerencial, sino que

también es uno de los pilares que garantizan la efectividad del proceso. Un líder debe ser capaz de manejar todos los procesos de motivación, comunicación, relaciones interpersonales, trabajo en equipo y realización de tareas. También debe estar preparado para toda la presión existente, con el fin de cumplir su función al máximo con el mayor grado posible de éxito, aún más teniendo en cuenta la situación actual de las empresas, con tecnología rápida, diversidad productiva y gran velocidad de comunicación (Kotter, 1997). En este contexto, los líderes se convierten en figuras estratégicamente importantes para que la ética se pueda poner en práctica.

El tema ético es individual, cualquier decisión tiene un conjunto de valores fundamentales detrás de él. Muchas de estas virtudes nacieron en el mundo antiguo y todavía son válidas hoy en día. Estos son algunos de los principales; según Arruda (2002):

- a) Ser honesto en cualquier situación: la honestidad es la primera virtud de la vida en los negocios, después de todo, la credibilidad es el resultado de una relación franca.
- b) Tener el coraje de tomar decisiones: incluso si es necesario ir en contra de la opinión de la mayoría.
- c) Ser tolerante y flexible: muchas ideas aparentemente absurdas pueden ser la solución al problema. Pero para descubrirlo, debe escuchar a las personas o evaluar la situación sin juzgarlas primero.
- d) Ser integral: significa actuar de acuerdo con sus principios, incluso en los momentos más críticos.
- e) Ser humilde: solo entonces puedes escuchar lo que otros tienen que decir y reconocer que el éxito individual es el resultado del trabajo en equipo.

Otro aspecto importante para la ética en la gestión de personas es que la empresa debería contar con recursos humanos estratégicos. Hoy podemos decir que el área de recursos humanos ha dejado de ser un mero departamento personal dentro de una organización, para ser uno de los personajes principales en su transformación.

Hoy, la realidad señala que el talento humano es visto como un factor competitivo en el mercado globalizado. Podemos decir que la gestión de personas es: participación,

capacitación y desarrollo del activo máspreciado de una organización, es decir, el capital humano, que no es otra cosa que las personas que lo componen.

Hacer que todos tengan los mismos objetivos y la misma misión, es decir, que hablen el mismo idioma corporativo, es un desafío tan difícil como importante para el éxito de su operación (Camargo, 1999).

Una gestión ética, da credibilidad y confianza a sus empleados, haciéndolos socios para lograr el éxito. Para promover el comportamiento ético en el lugar de trabajo, las empresas deben hacer de la ética una parte integral de su cultura organizacional y gestión de personas.

### **Consideraciones finales**

Las buenas prácticas en las organizaciones son fundamentales para su éxito. La ética es vista como una de ellas, una empresa que cuida su imagen, tiene valores éticos morales. Las compañías han estado buscando diferenciales para enfrentar la gran competitividad que ocurre en el mundo de los negocios, y la postura ética es un gran socio para que las organizaciones tengan éxito y una larga vida.

Las partes interesadas son esenciales para determinar el comportamiento ético de una empresa. Por lo que vemos ahora hay más personas cuestionadoras, que buscan saber más sobre sus derechos y deberes.

Con la globalización y los cambios constantes en el mundo de los negocios, la ética es esencial para las organizaciones y sus socios. Cuanto más eficiente es este proceso, menos tiempo se desperdicia, menor es la distorsión de los hechos con la consiguiente disminución de errores y menor es el número de conflictos. Este proceso ético significa que valores como la honestidad, la lealtad y la competencia se cuidan en las empresas y en la sociedad en la que se encuentra.

Los trabajadores son vistos como un diferencial en las empresas, el capital humano es uno de los activos más valiosos en el mundo empresarial. Cuando se sienten seguros

con la postura de la organización, los trabajadores se vuelve más productiva y más rentable.

Sin embargo, algo estudiado en las sociedades antiguas ha sido de gran importancia en el siglo XXI, la ética, como se puede ver, es un punto muy importante en las relaciones de trabajo, desde la experiencia diaria hasta la seguridad y la apreciación del capital humano, esto es un activo muy valioso en las organizaciones. Debemos conocer y aplicar la ética, pero también generar pasión y compromiso con el área y la sociedad a la que servimos. Una persona, una empresa y una sociedad que busca tener actitudes éticas, solo puede ganar.

### **Bibliografía**

Alencastro, Mario.(1997) A importância da ética na formação de recursos humanos. São Paulo: Fundação Biblioteca Nacional, n. 197. v. 147.

Arruda, Maria Cecília Coutinho de. (2002) Código de Ética: um instrumento que adiciona valor. São Paulo: Negócio Editora.

Benedicto, G. C. (1997). Responsabilidade social das empresas: uma exigência dos novos tempos. *Cadernos da FACECA/PUC*: Campinas, v.6, n. 2, p. 76-84, jul./dez.  
Boss, Medard. (1997). *Angústia: Culpa e Libertação*. 2. Ed. São Paulo: Duas Cidades.  
Camargo, Marcolino.(1999) *Fundamentos de ética geral e profissional*. Petrópolis: Vozes.

Certo, S. C.; Peter, J. P. (1993). *Administração estratégica: planejamento e implantação da estratégia*, São Paulo: Makron Books.

Cervo, Amado L, Bervian, Pedro A. (2006). *Motivação nas Organizações*. 5 ed. São Paulo: Pearson.

Cohen, D. (2003). Os dilemas da ética. *In: Revista Exame*. 792. ed.São Paulo: Abril, v. 37, n. 10 p. 35-43, maio.



Debeljuh, P. (2003). Los Códigos de Ética en Las Empresas. VI CONGRESO LATINO- Americano de ética, negócios e economia, Fundação Getulio Vargas, *Anais ...* São Paulo: 16-18 jul.

Duarte, G. D. ; Dias, J. M. A. M. (1986). Responsabilidade social: a empresa hoje, Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora.

Ferrel, O. C. ; Fraedrich, J. ; Ferrell, L.(2000). Ética empresarial: dilemas, tomada de decisões e casos. 4. ed. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso editores.

Fornari, Jorge Gomes. (2004). A terceira competência. Rio de Janeiro: ed. Qualitymark.

Grayson, D. ; Hodges,A. (2002). Compromisso social e gestão empresarial. Tradução: Carlos Mendes Rosa, César Taylor, Mônica Tabelli. São Paulo: Publifolha.

Hersey, Paul, Blanchard, Keneth H. (2005). Psicologia para Administradores. São Paulo: EPU.

Hofstede,G (1980). Culture's consequences. London: Sage publications. Jacomino, D. (2000). Você é um Profissional Ético?. VOCÊ S/A. São Paulo.

Kotter, John; Maximiniano, Antônio César. (1997). Teoria Geral da Administração. São Paulo: Atlas.

Mello Neto, F. P. ; Brennan, J. M. (2004). Empresas socialmente sustentáveis: o novo desafio da gestão moderna. Rio de Janeiro: Qualitymark.

Miranda, G. P. C. (2000). Responsabilidade social corporativa e marketing social: reflexão de um novo tempo. Rio de Janeiro: UFRJ ( Monografia).

Moreira, Joaquim Manhães. (1999). A ética Empresarial no Brasil. São Paulo. Pioneira.

Moreira, Joaquim Manhães.(2002) A ética empresarial no Brasil. Revisão de Janice Yunes. São Paulo: Pioneira.

Passos, E. (2004). *Ética nas Organizações*. São Paulo, Editora Atlas.

Robertson, C. J. , Crittenden, W. , Brandy, MK,&. Hoffman, J.J. (2002). Situational ethics across bords: a multicultural examination. *Journal of Business Ethics*, 38 (4), 327- 338.

Roddick, Anita. (2002). *Meu jeito de fazer negócios*. Rio de Janeiro: Campus. Rosini, A.M.(2003). *Administração de Sistemas de Informação e a Gestão do Conhecimento*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.

Sá, Antônio Loopes de. (1996). *Ética Profissional*. São Paulo: Atlas.

Schein, E. H. (19882). *Psicologia Organizacional*. Rio de Janeiro. Prentice Hall do Brasil.

Schroeder, Leonor.(2007) *Despertar inteligências, gerar conhecimentos: da realidade nas empresas à utopia na sala de aula*.

Srour, R. H. (2000). *Ética Empresarial*. [S.n]: Rio de Janeiro.

Srour, R. (2003). *Ética Empresarial – A gestão da Reputação*. Rio de Janeiro: Campus.

Srour, G. (2005). *Práticas diferenciadas de governança corporativa: estudo sobre a conduta e a performance das firmas brasileiras*, Rio de Janeiro: RBE 59 (4), out/dez.

Vásquez, Adolfo Sanchez.(1993). *Ética*. 22 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002. Vaz, H.- *Escritos da Filosofia II*. São Paulo: Loyola.

Vaz, H. (1996). *Ética e Justiça: Filosofia do agir humano*, In: Pinheiro, José Ernanne. *Ética, Justiça e Direito – reflexões sobre a reforma do judiciário*, Vozes, p. 19 a 40.