



FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES

ABRIL S.L. UN MODELO DE EMPRESA ALTERNATIVO

Autor: Rafael Fernández-Madrid Abril

Tutor: Francisco Javier Fuertes Pérez

MADRID
Diciembre 2017

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE:

Resumen: En el presente trabajo se estudia la creación de una empresa de aceite desde la aplicación de la visión intrínseca de la responsabilidad social a la misma. Frente al modelo hegemónico que está instaurado en la sociedad que se rige por la maximización del beneficio a cualquier precio, pretendo desarrollar a lo largo del trabajo un modelo alternativo, el cual aplicaré a la empresa cuya constitución pretendo, que esté regido por la aplicación de la visión intrínseca de la responsabilidad social. Las bases de dicho modelo serán la colaboración de todos los integrantes de la empresa y afectados y la búsqueda del mayor beneficio posible, pero no a cualquier precio, sino teniendo siempre en cuenta la sociedad a la que la empresa sirve.

Palabras clave: Ética, empresa, economía, visión intrínseca, responsabilidad social, modelo alternativo, bien intrínseco, maximización del beneficio, colaboración, Código Ético.

Abstract: In the present work the creation of an oil company is studied from the application of the intrinsic vision of social responsibility to it. Faced with the hegemonic model that is established in society that is governed by the maximization of profit at any price, I intend to develop an alternative model throughout the work, which I will apply to the company whose constitution I intend, which is governed by the application of the intrinsic vision of social responsibility. The basis of this model will be the collaboration of all members of the company and affected and the search for the greatest possible benefit, but not at any price, but always considering the company to which the company serves.

Key words: Ethics, company, economy, intrinsic vision, social responsibility, alternative model, intrinsic good, profit maximization, collaboration, Ethics's Code.

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	4
A.	Objetivos y Justificación del tema.....	4
B.	Metodología.....	5
II.	UNA EMPRESA RESPONSABLE DE SI MISMA Y DE LO QUE LA RODEA. .7	
A.	La decisión moral de toda decisión económica: Contra una historia impresentable.....	7
B.	El Bien intrínseco de la empresa: Una empresa excelente y justa.....	11
C.	Un modelo de empresa participativo y que tenga en consideración a todos los afectados.....	18
D.	Una visión intrínseca de la Responsabilidad Social.....	22
III.	ABRIL S.L: UNA VISION INTRINSECA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	23
A.	La ética en la estructura Organizativa de la Empresa ABRIL.....	23
a)	Departamento de Producción.....	23
b)	Departamento de Gestión.....	25
c)	Departamento de RRHH.....	27
d)	Departamento de Marketing.....	29
B.	ABRIL S.L: una empresa comprometida con el medio ambiente.....	29
C.	Camino ético de ABRIL S.L.....	31
D.	Herramientas de gestión ética para ABRIL S.L.....	33
a)	Asesores o Expertos éticos.....	34
b)	Comité de Ética.....	35
c)	Actuación contra la corrupción.....	35
d)	Informes.....	36
E.	Elaboración del Código Ético.....	36
IV.	CONCLUSIONES.....	40
V.	BIBLIOGRAFIA.....	42

I. INTRODUCCIÓN.

A. Objetivos y Justificación del tema.

Con este Trabajo de Fin de Grado culmino el sueño que tengo desde el principio de carrera de crear una empresa de aceite que vamos a denominar ABRIL S.L. Dicho sueño surgió durante una conversación con mi abuelo materno donde a él le hubiese gustado montar una empresa de aceite, de ahí que haya querido denominar a la empresa como ABRIL S.L., que es el primer apellido de mi abuelo. En el presente trabajo, voy a llevar a cabo un análisis de ciertos conceptos teóricos que me llevarán a la consecución del objetivo planteado, que es la creación de una empresa de aceite a través de la aplicación de la visión intrínseca de la responsabilidad social.

Desgraciadamente, son numerosos los casos en los que la no implementación de la perspectiva ética en la empresa ha llevado a grandes escándalos, quiebras empresariales, hasta el punto que algunos autores consideran esta clave ética como unos de los grandes factores de la crisis económica de la que estamos saliendo.

En España, entre estos escándalos debemos de señalar el caso del aceite de colza. Este aceite era extraído de distintitos componentes como el ácido erúxico, linolénico, siendo éstos componentes una mezcla de aceites industriales, de manera que su ingesta no era saludable para las personas, aun así, sus fabricantes lo sacaron a la venta con la intención de obtener grandes beneficios. Como consecuencia de esas actuaciones, se produjo la muerte de más de mil personas y la intoxicación de más de 20.000 personas. Este caso es el origen de otros muchos casos dentro de las empresas del sector agrícola, donde la búsqueda de la maximización del beneficio económico a cualquier precio ha demostrado ser un negocio demasiado caro para el mercado, para la sociedad y para las propias empresas.

A raíz de este caso, muchos otros nos han hecho constatar la hegemonía de un modelo de empresa orientado a la maximización de la búsqueda económica, utilizando la ética como una imagen ficticia con la que saludar al público para que tengan una buena imagen de la propia entidad. Este modelo de empresa considera, en el mejor de los casos, la responsabilidad social como un conjunto de actuaciones benevolentes, pero externas y, por tanto, prescindibles para la propia lógica económica de su negocio. Por este motivo,

considero que es urgente constituir una empresa que esté basada en una visión alternativa como es la visión intrínseca de la responsabilidad social, donde la perspectiva ética alimente cada una de las áreas y departamentos de la empresa. De esta manera, supondría una innovación no únicamente para la sociedad, sino también para los propios empresarios, puesto que, aunque las empresas del sector agrícola han tomado conciencia de la importancia que tiene, para ellas, la perspectiva ética en la toma de decisiones, solo la han venido aplicando de forma extrínseca.

B. Metodología.

La metodología seguida en el presente trabajo para alcanzar el objetivo que he planteado, sigue un esquema que me permite avanzar en el proceso de la investigación de los conocimientos éticos teóricos a la aplicación práctica de dichos conocimientos en la creación de la empresa de aceite. El camino seguido en éste hasta llegar a las conclusiones ha sido el siguiente: La investigación comienza con el análisis de cuál es la relación que existe entre ética economía, planteando un modelo alternativo al que se defiende hoy en día por la mayoría de las empresas, en donde consideran que la ética es privada respecto de la economía. En esta perspectiva es donde analizaremos lo dicho por Adam Smith en relación con la aplicación del objetivo que nos hemos planteado en el trabajo.

Posteriormente, procederemos a estudiar cuál debe de ser el bien intrínseco por el que se debe guiar ABRIL S.L., donde discutiremos si es bueno para la empresa centrarse en la maximización del beneficio.

Por último, aplicaremos todos los conocimientos éticos teóricos que hemos sustraído del análisis de los apartados anteriores, para aplicar la visión intrínseca de la responsabilidad social a la empresa de aceite que pretendo constituir. Para ello, seguiré un esquema en el que iré analizando la visión intrínseca de la responsabilidad social de la empresa ABRIL¹ en los distintos departamentos en los que se descompone la empresa. Este análisis llevará a la elaboración del Código Ético de la empresa.

¹ Nombre de la empresa de aceite cuya creación es pretendida.

Para llevar a cabo la investigación del presente trabajo vamos a emplear un enfoque de investigación deductivo, que va a consistir en la revisión de literatura, puesto que estamos ante un proyecto argumentativo.

La revisión de literatura va a consistir en el estudio de distintas obras de varios autores, los cuales, iremos citando en las notas al pie de página. Sin embargo, no sólo vamos a llevar a cabo la investigación atendiendo a lo establecido por varios autores, sino que también acudiremos a lo explicado en clase por algunos profesores de la Universidad Pontificia de Comillas.

II. UNA EMPRESA RESPONSABLE DE SI MISMA Y DE LO QUE LA RODEA.

A. La decisión moral de toda decisión económica: Contra una historia impresentable.

La responsabilidad moral y social en las empresas son un elemento que las mismas utilizan para contentar a la sociedad, aunque las propias entidades no le den la propia importancia que tienen. Es en este punto, donde quiero comenzar a desarrollar mi trabajo, puesto que creo que resulta fundamental tener en cuenta a Adam Smith, para explicar cuál es la responsabilidad que quiero que se desarrolle en la empresa ABRIL.

Como hemos desarrollado en la introducción, quiero crear una empresa de aceite planteando un modelo alternativo al de maximización del beneficio económico, por el que se rigen la mayoría de las empresas en la actualidad. Aquellos que defienden la maximización del beneficio económico, fundan sus argumentos en que la ética es algo privado, por lo que debe mantenerse al margen de la economía. Existe, para los mismo, una autonomía de la economía, de manera que ética y economía van por separado. Sin embargo, en ABRIL S.L. defendemos que ética y economía no deben de ir por separado, sino que ambos conceptos van juntos, puesto que no podemos entender una economía sin tener en cuenta a la ética. Por ello, para reafirmar lo dicho, debemos de analizar lo que Adam Smith establece.

Adam Smith² en su obra titulada *La Teoría de los Sentimientos Morales*, habla desde un punto de vista imparcial y honesto, desde el que juzga las acciones llevadas a cabo por otras personas. Lo que Adam Smith plantea es que, a través de la figura del espectador imparcial, se proyecta en el lugar de otras personas para sentir sus emociones y sentimientos.

² Smith, A. (1794). *La riqueza de las naciones* (Vol. 1). Oficina de Viuda e Hijos de Santander. Valladolid 1794.

Smith, A. (2004). *Teoría de los sentimientos morales* (Vol. 2). Fondo de Cultura Económica.

La finalidad que Adam Smith persigue al proyectarse como si se tratase de un espectador imparcial es la consecución de la simpatía mutua, es decir, lo que se pretende con esta figura es tomar conciencia y consideración de la posición que ocupan las otras personas y cómo les afectaría a dichas personas la acción que pretendemos llevar a cabo. El hecho de la existencia del espectador imparcial es fundamental, porque es a través del mismo como vamos a llegar a ser respetado y respetables.

Esta concepción debemos de interiorizarla dentro de la empresa ABRIL, ya que para la empresa el principal objetivo es crear un producto, que va a ser un aceite ecológico, que sea el mejor del mundo, pero a la vez no podemos descuidar la búsqueda del ser una entidad respetada y respetable. Pues, de lo contrario, estaríamos cayendo en el mismo camino seguido por la mayoría de empresas. Es fundamental que en todas las decisiones o directrices que llevemos a cabo en ABRIL S.L. este presente la figura del espectador imparcial al que Adam Smith hace referencia, porque en la actualidad se ha extirpado o cargado dicha figura, lo que ha provocado que hayan surgidos grandes escándalos éticos, como pueden ser el Lehman Brothers o, el caso anteriormente mencionado, el escándalo del aceite de colza. Por este motivo, para ABRIL S.L. es fundamental la presencia del espectador imparcial.

Para Adam Smith, el ser humano por sí mismo, no es capaz de ver las consecuencias de sus actos, con respecto al resto de personas que habitan en la sociedad, de ahí, la importancia de que Adam Smith cree la figura del espectador imparcial. Dicha figura, actúa como si se tratase de un juez, entre la persona y el resto de personas que habitan en la sociedad, que va juzgando o tomando consideración de las consecuencias de las acciones. Para Adam Smith, es la conciencia que toda persona debe tener en su interior, con el objetivo de valorar de forma ética sus acciones y las consecuencias de éstas. Es de suma importancia, el hecho de que las personas se hagan cargo de sus acciones y rindan cuentas por ellas, ya que se trata de un rasgo de la naturaleza moral del ser humano.

Sin embargo, para terminar de analizar la postura de Adam Smith, debemos de acudir a otras de sus obras, en concreto, a su obra de La Riqueza de las Naciones, escrita en 1776. De dicha obra cabe resaltar dos fragmentos de ella:

“No es por la benevolencia del carnicero, del cervecero y del panadero que podemos contar con nuestra cena, sino por su propio interés”.³

“Cada individuo está siempre esforzándose para encontrar la inversión más beneficiosa para cualquier capital que tenga. Lo que desde luego se propone es su propio interés no el de la sociedad”.⁴

Atendiendo a estos dos fragmentos de la obra de Adam Smith, en un primer análisis, parece que, para Adam Smith, el fin de la empresa y de cada individuo es la búsqueda del interés propio. Sin embargo, Adam Smith en su obra, continúa argumentando que:

“pero estos mismos esfuerzos hacia su propia ventaja le inclinan a preferir, de una manera natural, o más bien necesaria, el empleo más útil a la sociedad como tal”.⁵

Por tanto, como podemos observar, según Adam Smith, pese a que cada individuo se centra en su propio interés, finalmente esto repercute en un interés a la sociedad. En este contexto, es donde Adam Smith habla de la mano invisible, haciendo referencia a ella, como la que guía al individuo a producir un fin beneficioso para la sociedad, que no era el intencionalmente buscado por el individuo. De esta forma, pese a que la persona busque el interés propio, esa búsqueda, conllevara un fin beneficioso para la sociedad. En este sentido, el interés de la empresa ABRIL va a ser la elaboración del mejor aceite ecológico del mundo. Pero en la búsqueda de cubrir ese interés propio, vamos a generar un beneficio a la sociedad como puede ser la sostenibilidad del medio ambiente, entre otros aspectos que desarrollaremos más adelante. Aunque ABRIL S.L. busque el interés propio, esa búsqueda indirectamente debe producir un beneficio a la sociedad, de lo contrario sería una acción que no sería eficaz.

Sin embargo, no podemos olvidar que la mano invisible no puede existir sin la existencia del espectador imparcial, ya que es a través de esta figura, como se consigue que el individuo provoque un fin beneficioso para la sociedad con su acción. Esto se debe a que

³ Fragmento de la Obra de Adam Smith de Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones.

⁴ Fragmento de la Obra de Adam Smith de Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones, libro IV, capítulo II.

⁵ Fragmento de la Obra de Adam Smith de Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones, libro IV, capítulo II.

la razón moral del espectador imparcial filtra la propia decisión de la persona, es decir, el espectador imparcial no va a dejar que una persona perjudique a las demás, porque limita el egoísmo con el amor propio. Para Adam Smith, es ese amor propio el que va a llevar a una persona a ser el más respetado y respetable, pero no a cualquier precio. No debemos confundir el interés propio del que habla Adam Smith con el egoísmo, puesto que el egoísmo es destructivo, mientras que el interés propio del que habla Adam Smith hace referencia al amor propio que es una pasión. Es mi amor propio el que me va a llevar a conseguir que ABRIL S.L. sea una empresa respetada y respetable, puesto que mi razón moral, a través del espectador imparcial, va a limitar que yo lleve a cabo acciones egoístas, con la intención de conseguir un beneficio propio, que produzcan la destrucción de la entidad, puesto que el egoísmo lleva a la destrucción. La pasión (amor propio) de ABRIL S.L. es la obtención del mejor aceite ecológico, de manera que todas las acciones van a estar encaminadas en la consecución de dicho objetivo que, a su vez, va a producir un beneficio a la sociedad. Debemos tener en cuenta que el amor propio es una pasión que es egoísta, por eso es necesario la presencia del espectador imparcial.

Aunque parezca contradictorio el hecho de buscar el interés propio con la búsqueda del interés social, del que Adam Smith habla en su obra, no lo es. Esto se debe a que, en la actualidad, cuando se habla de interés propio, nos referimos a un interés egoísta. Sin embargo, Adam Smith al hablar de interés propio, está haciendo referencia al amor propio y no a un interés egoísta, es decir, el interés propio del que habla Adam Smith, es de naturaleza bidireccional, ya que, como hemos mencionado con anterioridad, lo primero que Adam Smith hace a través de la figura del espectador imparcial es conocer el interés de la otra persona, para después, poder realizar nuestro propio interés. Es más, Adam Smith establece que actuar sin haber tomado en consideración el interés de las otras personas es contraproducente y, además, provocaría que adoptemos una acción equivocada. Por tanto, Adam Smith no comparte la visión de Milton Friedman en cuanto a que el fin de la empresa debe ser la maximización del beneficio sin tener en cuenta ninguna consideración sobre el interés social. Por ello, ABRIL S.L. debe llevar a cabo acciones teniendo en cuenta, además del interés propio, el interés de la otra persona, que lo vamos a conocer a través de la razón moral del espectador imparcial.

Por último, me gustaría hacer una pequeña referencia acerca de la responsabilidad moral. La base de ésta es el hecho de que todas las acciones, como hemos dicho con anterioridad,

son susceptibles de ser valoradas de forma ética, lo que conlleva que las empresas tengan una responsabilidad en todas las acciones u omisiones que lleven a cabo (Rodríguez⁶, 1998). Para que se dé la responsabilidad moral es necesario que se produzcan dos condiciones, que son: voluntariedad de la acción y existencia de norma moral a la que se ajuste la acción.

B. El Bien intrínseco de la empresa: Una empresa excelente y justa.

En este apartado, voy a discutir cual es el bien intrínseco en el que debería de basar mi empresa. Por ello, debemos de entender cuál es la relación que existe entre ética y empresa. Como hemos mencionado con anterioridad, no deseo que el bien intrínseco de mi empresa sea la maximización del beneficio puesto que es el modelo que ha llevado a la destrucción y corrupción de numerosas empresas en el sector agrícola. Por ello, quiero plantear un modelo alternativo frente a la maximización del beneficio que se viene planteando, puesto que aunque sea legítimo que el empresario busque su propio egoísmo, no puede ser éste el último fin de la empresa, como comprobaremos.

Para poder hablar de la relación de ética y empresa debemos de atender el significado de cada uno de ellos por separado. La ética es definida por Paul Ricoeur⁷ como la tendencia a la buena vida, que debemos tener con y para otras personas, en instituciones justas, dejando ver la preocupación por uno mismo, por el resto de personas y por la sociedad. Dentro de la ética podemos destacar la existencia de dos dimensiones una social y otra personal. Así pues, la dimensión personal de la ética es aquella acción que el sujeto ejerce sobre sí mismo y sus relaciones con los demás con el propósito de ordenar todo aquello que le rodea. Por otro lado, la dimensión social de la ética es definida por Ildelfonso Camacho⁸ como aquella que tiene en cuenta la consecuencia de la actuación de la persona en la sociedad. En cuanto al significado de empresa, podríamos definirla con la definición dada por Lionel Robbins⁹, el cual, la definió como una institución cuyo objetivo es el estudio de la forma en que las personas satisfacen sus necesidades.

⁶ Felip, J. F., Parra, M. G., & Sedano, A. R. (1998). *La ética que necesita la empresa*. ProQuest.

⁷ Villa Sánchez, J. A. (2015). Vida buena y acción en la ética de Paul Ricoeur. *Tópicos (México)*, (49), 163-207.

⁸ Laraña, I. C. (2013). *Ética y responsabilidad empresarial*. Desclée De Brouwer.

⁹ Robbins, L. (1971). *Autobiography of an Economist*. Springer.

Julio García y Cristóbal Casanueva definieron la empresa en su obra “Prácticas de la Gestión Empresarial” escrita en 2001 como: “*entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados*”. Como podemos observar, en la definición de empresa se habla de elementos humanos, entendiendo por éstos el factor humano. El factor humano que rodea a la empresa es lo que justifica la necesidad de inclusión de la ética como elemento principal de la empresa. Ética y empresa son dos conceptos muy diferentes, pero que están estrechamente relacionados como consecuencia de lo anteriormente descrito. Fruto de esta estrecha relación surge el concepto de ética de la empresa, que es definida por Adela Cortina¹⁰ como la extrapolación de aquellos valores y normas por los que se rige la sociedad, al ámbito de la empresa.

El concepto de ética empresarial o de ética de la empresa, es un concepto actual, pero no quiere decir que dicha relación entre ambos conceptos se haya efectuado en la actualidad, sino que dicha relación entre ética y empresa data desde la década de 1950, aunque en aquel momento recibía el nombre de ética de los negocios. En la década de 1970, se produjo uno de los movimientos más importantes desde el punto de vista ético en Estados Unidos, puesto que surgió la Business Ethics, como consecuencia del escándalo del Watergate. Este movimiento pronto llegó a Europa, donde recibió un nuevo nombre, ya que pasó a denominarse Ética de la empresa, ya que se entendía que la empresa no era solo un negocio, sino también como un referente para la sociedad, ya que la empresa está compuesta por un grupo de trabajadores, cuyas acciones repercuten en la sociedad (De George¹¹, 2011).

Como hemos podido apreciar, la ética es uno de los componentes que toda empresa debería de incorporar, de manera que debemos hablar de la dimensión de la ética en la empresa. La ética está presente en todo lo que rodea a la empresa, es decir, tanto en el ámbito exterior, entendiendo por éste los conflictos de intereses de la empresa, su repercusión en la sociedad... como en el ámbito interior, entendiendo por éste la demanda ética por parte de los empleados.

¹⁰ Cortina, A. (1994). Ética de la empresa: claves para una cultura empresarial. Trotta, Valladolid.

¹¹ De George, R. (2011). Historia de la ética empresarial. Valores y ética para el siglo XXI.

Una de las preguntas que debemos plantearnos es ¿En qué sentido es posible hablar de ética en la empresa? Para responder a esta pregunta debemos plantearnos dos puntos: En primer lugar, cuales son los fines u objetivos que persigue la empresa y, en segundo lugar, cuál es el papel que la empresa juega en la sociedad.

En primer lugar, vamos a responder a los fines u objetivos de la empresa, éstos son definidos por los ejecutivos de la empresa, los cuales tienen una responsabilidad social en tanto que son hombres de negocios. Esto significa que la empresa ABRIL debe actuar en el beneficio de todos y no en su propio beneficio, es decir, primar el bien de todos en vez de mirar sólo por sí mismo y actuar sin tener en cuenta la convivencia con los demás.

Sin embargo, Milton Friedman¹² en su obra “The Counter-Revolution in Monetary Theory” en 1970, planteó un problema ético que debemos analizar, que es cuál debe ser el fin de una empresa y como dirigir un negocio cuando el deseo de los propietarios es la obtención del máximo beneficio, es decir, qué debe hacer el ejecutivo ante la falta de ética de los propietarios.

Nos vamos a centrar en el segundo problema de los que plantea Friedman. Para Milton Friedman, un ejecutivo debe seguir las ordenes de sus patronos siempre que esas órdenes sean conformes a la ética, en el caso de que sean contrarias a la ética, según Friedman, el ejecutivo debe abstenerse de realizarlas y llevar a cabo las órdenes dadas de una forma ética, ya que el trabajo del ejecutivo es dirigir la empresa de la forma más eficiente y, para Friedman, ésta es conforme a la ética y a la moral. En cuanto a los fines de la empresa, debemos plantearnos si estos son el máximo beneficio. Para Friedman¹³, resulta evidente que toda empresa debe buscar el máximo beneficio, pero eso no significa obtenerlo de forma no ética, ya que para que una empresa obtenga un beneficio económico, la actividad que ésta desarrolla debe haber sido aceptada por la sociedad. Lo que Friedman plantea aquí es el hecho de que, si la actividad que una empresa desarrolla no es aceptada por la sociedad, ésta no obtendrá un beneficio económico y, por tanto, no sería rentable.

¹² Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits. *Corporate ethics and corporate governance*, 173-178.

¹³ Friedman, Milton (1982). *Paro e inflación*. Unión Editorial.

Pues bien, debemos de plantearnos si lo dicho por Friedman debería de ser aplicable a la empresa ABRIL, es decir, si el bien intrínseco de la empresa debe de estar basado únicamente en la maximización del beneficio. Obviamente, ABRIL S.L. debe de basar su producción en la obtención del máximo beneficio posible, pero no a cualquier precio, es decir, debemos de obtener el máximo beneficio posible siempre que todas nuestras actuaciones se hayan llevado a cabo dentro de la correcta perspectiva ética. Lo que pretendo decir es que ABRIL S.L. no puede llevar a cabo acciones contrarias a la ética para conseguir el máximo beneficio posible, puesto que esa forma de actuar, según Milton Friedman, llevará a la destrucción de la empresa y de la propia sociedad, pues estaríamos actuando desde el egoísmo. La entidad no puede maximizar su beneficio a cualquier precio, sino que debe de buscar el máximo beneficio posible, llevando a cabo actuaciones que sean éticamente justificables y que tengamos en consideración a los demás y no únicamente nuestro egoísmo.

Sin embargo, a pesar de lo explicado, en la actualidad se dan cada vez más casos de directivos o ejecutivos que llevan a cabo ordenes de los propietarios que no son éticas, lo que resulta incomprensible porque según hemos desarrollado con anterioridad, las operaciones que una empresa lleva a cabo en contra de la ética son perjudiciales para ella misma en el medio y largo plazo, pero en el corto plazo si son rentables. Las operaciones o actuaciones que llevamos a cabo en ABRIL S.L. son siempre con vistas al medio y largo plazo, puesto que no vamos a comprometer el futuro de la empresa por la obtención del máximo beneficio en el corto plazo, como ocurrió con los que comerciaron el aceite de colza.

Entonces, ¿Cómo pueden darse cada vez más casos de ejecutivos que aceptan ordenes contrarias a la ética o que ante la presencia de un acto poco ético no actúan? La respuesta a esta pregunta se encuentra en el egoísmo que existe en la naturaleza del ser humano, que siempre tiende a buscar su propio beneficio, sin tener en cuenta al resto. Debemos tener en cuenta el dilema del prisionero enunciado por Merrill M. Flood y Melvin Dresher en 1950. Ambos autores enunciaron el siguiente caso:

“Dos individuos que han cometido un grave crimen, han sido arrestados por la policía y permanecen aislados, sin comunicación entre sí. A fin de introducirlos a confesar su crimen, los

carceleros les ofrecen las alternativas siguientes. Si habla sólo uno de ellos, el prisionero que lo haga saldrá en libertad, en tanto que el otro será sentenciado a diez años de prisión. Si los dos confiesan, cada uno recibirá una sentencia atenuada de cinco años. Si ninguno de ellos habla, ambos serán acusados de un crimen menor, acerca del cual la policía posee evidencia confiable de que lo cometieron, y pueden esperar recibir sentencia de un año de prisión”.

Con este ejemplo, lo que Merrill M. Flood y Melvin Dresher querían demostrar es que la persona no debe de buscar el egoísmo, sino la cooperación, es decir, una persona para conseguir su interés propio debe cooperar con el resto de personas que forman parte de la sociedad. Si, por el contrario, la persona solo actuase promovido por su interés propio y por su egoísmo, dicha persona estaría condenado a un fracaso continuo. Por este motivo, los directivos y que ejecutivos ejecutan las ordenes poco éticas de los propietarios de la empresa, están condenados al fracaso, ya que son los directivos los que antes de llevar a cabo la acción que le ha sido encomendada, debe llevar a cabo un juicio de valor y tener en cuenta también la sociedad a la cual, la empresa está destinada a servir. Con este ejemplo, lo que quiero demostrar es que la empresa ABRIL S.L. no debe actuar en su propio interés, sino que debe de colaborar con la sociedad a través de sus trabajadores, proveedores, distribuidores, etc. Pues, de lo contrario, estaría cayendo en el egoísmo destructivo del que hablan tanto Adam Smith como Milton Friedman. Las actuaciones llevadas a cabo en la empresa deben de basarse en el interés propio de la empresa, junto con el interés de la sociedad y del resto de personas, es decir, debe de existir una colaboración entre los intereses de todos que lleve a ABRIL S.L. al éxito de los objetivos que tengamos planteados.

Sin embargo, en la situación, en la que un directivo o ejecutivo deba elegir si llevar a cabo o no una orden contraria a la ética, debemos tener en cuenta todo lo que rodea a la persona, es decir, las circunstancias que rodean al ejecutivo o directivo que decide ejecutar la orden contraria a la ética, en definitiva, a la hora de analizar la actuación de dicho directivo se debe tener en cuenta el factor humano. No podemos juzgar o condenar a una persona sólo por sus actos, ya que debemos comprenderla y estudiar qué es lo que ha provocado que dicha persona actúe una manera o de otra. Sin embargo, debemos tener en cuenta que hay muchos hombres de negocios que no actúan de esta forma y que lo que buscan es un

beneficio rápido y abundante sin tener en cuenta la ética ni la repercusión en la sociedad de sus actos (Albert¹⁴, 1993).

Pese a que la empresa ABRIL tenga como bien intrínseco la obtención del máximo beneficio posible a través de acciones que sean éticamente correctas y justificables, puede darse el caso que hemos planteado con anterioridad. Es decir, puede darse el caso que uno de nuestros directivos actúe de forma contraria a la ética con la intención de buscar un beneficio rápido, que puede poner en riesgo a la propia entidad. En este caso, la actuación de la empresa ABRIL debe de ser de detener de forma inmediata la actuación que dicho directivo haya llevado a cabo y, una vez que ha sido detenida, comprender cuáles son las razones que han llevado a dicho directivo a llevar a cabo dicha acción. En estos casos, debemos de analizar todas las circunstancias que envuelven al directivo, para ofrecer una ayuda en caso de que sea posible.

Esto nos lleva a dar respuesta a la segunda pregunta que nos habíamos planteado, ya que es muy importante plantearse cuál es el papel que tiene la empresa en la sociedad desde el punto de vista ético. Uno de los aspectos más importante dentro de una empresa es la imagen que tenga la sociedad de la empresa y, la sociedad, sólo tendrá una buena imagen de la empresa si ésta respeta los valores éticos por los que se rige la sociedad. Esto nos lleva a dar respuesta a la segunda pregunta que nos habíamos planteado ¿Cuál es el papel de la empresa en la sociedad? Para dar respuesta a esta pregunta debemos plantearnos dos de las hipótesis que se planteó Milton Friedman en su obra de 1970: *la empresa debe estar sólo al servicio de sus propietarios o debe estar al servicio de la sociedad*. ¿La empresa debe estar al servicio de sus propietarios? Como bien sabemos, la empresa pertenece a sus propietarios que son aquellas personas que han aportado el capital de la empresa.

Sin embargo, ¿esto es requisito suficiente para afirmar que la empresa debe estar al servicio de sus propietarios? La respuesta es no, porque debemos tener en cuenta un factor muy importante que es el hecho de que la empresa está formada por un conjunto de trabajadores que desarrollan su actividad en la empresa con el propósito de obtener un

¹⁴ Albert, M. (1993). *Capitalism against capitalism* (Vol. 1). John Wiley & Sons Incorporated.

beneficio económico, es decir, debemos tener en cuenta el factor humano de la empresa. La empresa, por tanto, no solo la forman sus propietarios, sino que la forman también todos los trabajadores que desarrollan su actividad laboral en ella. De esta forma, los trabajadores están condicionados por el devenir de la empresa, ya que los intereses de los trabajadores deben de ser los mismos que los intereses que tenga la empresa. Por este motivo, la empresa no puede quedar al servicio de sus propietarios, sino que debe estar al servicio de la sociedad, porque, aunque la empresa sea un negocio económico, no deja de ser, al mismo tiempo, una institución social, en tanto que tiene una función en la sociedad. En este aspecto es donde hayamos la relación entre ética y empresa.

Una empresa que no se guie por la ética, es una empresa que no está al servicio de la sociedad, sino al servicio de sus propietarios o directivos, ya que lo que pretenden es la riqueza de ellos mismos. La empresa ABRIL no es una empresa que esté al servicio de sus propietarios, sino que es una empresa que está al servicio de la sociedad, puesto que con las acciones que llevamos a cabo, además de obtener un beneficio económico, pretendemos crear valor en la sociedad, es decir, la intención es que ABRIL S.L. suponga un valor añadido para la sociedad a la que sirve. Si, como empresa, no creamos riqueza o servimos a la sociedad, estaremos llevando un camino incorrecto, puesto que no aportamos ningún valor con nuestras actuaciones. También debemos de tener en cuenta que la entidad también está al servicio de sus trabajadores, pues ellos constituyen uno de los pilares fundamentales de la empresa, ya que sin ellos no podríamos cumplir los objetivos comprendidos, es decir, sin ellos, no podríamos ser una empresa. Esto nos lleva a la afirmación de que la ética de la empresa, según Argandoña¹⁵, exige que toda empresa deba generar no sólo riqueza a sus propietarios y accionistas, sino también debe crear riqueza a la sociedad, es decir, debe aportar un valor a la sociedad.

Como hemos mencionado con anterioridad, ética y empresa son dos conceptos que están estrechamente relacionados, lo que significa que, a la hora de buscar un resultado empresarial, la empresa puede seguir dos caminos: la búsqueda de un resultado económico o la búsqueda de un resultado ético. ¿Esto quiere decir que las búsquedas de ambos resultados son contradictorias?

¹⁵ Argandoña, A. (2011). La ética y la toma de decisiones en la empresa/Ethics and Decision Making in Firms. *Universia Business Review*, (30), 22.

Obviamente la respuesta a dicha pregunta es que no, puesto que un negocio puede ser muy rentable, hablando desde un punto de vista económico, y, a su vez, puede ser un negocio que respeta y tiene en cuenta la ética en todo momento. Partiendo de esta base, puede darse el caso de que un buen negocio desde el punto de vista ético es un mal negocio desde el punto de vista económico. Esto se debe a que desde el punto de vista ético se busca llegar a un acuerdo sincero entre dos partes, mientras que desde el punto de vista económico no se busca la sinceridad, sino la obtención de un beneficio. Llegados a este aspecto debemos plantearnos si ¿la ética es o no un ingrediente para triunfar en los negocios? Partiendo del caso que hemos planteado la respuesta sería claramente no. Sin embargo, esta respuesta sería equivocada, ya que debemos analizar uno de los aspectos fundamentales de las empresas, que es el factor humano, es decir, todas las empresas están dirigidas por una o varias personas (Stob¹⁶, 1982).

En este sentido, lo que pretendemos en ABRIL S.L. es que los negocios que llevamos a cabo sean rentables tanto desde el punto de vista económico como desde el punto de vista ético. Ya que la búsqueda únicamente del resultado económico lleva a la destrucción, puesto que volveríamos a guiarnos por el egoísmo destructivo. Es por ello, que en la empresa ABRIL, nos hemos planteado la siguiente pregunta ¿Por el simple hecho de seguir un resultado ético voy a obtener menos beneficio? La respuesta puede ser afirmativa al corto plazo, ya que si dejas de lado el componente ético puede ser que obtengas un beneficio mayor ya que podrías llevar a cabo actuaciones poco éticas. Sin embargo, esto conlleva un riesgo muy alto, es decir, actuar buscando la obtención de un buen resultado económico sin tener en cuenta el componente ético, hoy en día, donde la imagen de una empresa que se guía por aspectos éticos es lo importante para la sociedad, puede suponer grandes pérdidas para la empresa si la sociedad es consciente de que la empresa realiza actuaciones poco éticas, incluso puede llevar a la quiebra de la empresa.

C. Un modelo de empresa participativo y que tenga en consideración a todos los afectados.

Debemos tener en cuenta que el modelo que se viene promulgando en las empresas agrícolas actuales es uno en el que solo se tiene en cuenta el beneficio de los propietarios, tal y como estableció Milton Friedman que decía que el fin de la empresa debe de ser

¹⁶ Stob, H. (1982). *Reflexiones Éticas: Ensayos sobre temas morales*. TELL.

crear beneficio para los propietarios que te pagan. Frente a esto, pretendo aplicar en ABRIL S.L. un modelo en el que se tengan en cuenta todos los afectados, entendiendo por éstos, aquellos que componen y forman parte de la empresa. Para ello, vamos a realizar un análisis acerca de cuáles son los distintos modelos de empresa que existen para que, posteriormente, nos decantemos por cuál va a ser el modelo elegido para aplicarlo a la empresa ABRIL. La responsabilidad social de la empresa puede ser enfocada desde diversos puntos de vista, debido a la gran variedad de modelos de empresas que existen en la actualidad, que provocan, a su vez, que haya una gran variedad de responsabilidades (Argandoña¹⁷, 2007).

Los distintos modelos de empresas que planteamos, que son: empresa como institución económica, es decir, como mecanismo de producir valor económico y riqueza, empresa como institución que forma parte de una sociedad, es decir, la empresa tiene como finalidad servir a la sociedad, de manera que debe respetar en todo momento a la misma, y empresa como institución que está compuesta por una comunidad de personas, como bien sabemos, la empresa está compuesta por personas pertenecientes a la sociedad, a la cual, la empresa debe servir. Estos tres puntos de vista o modelos de empresas son los tres enfoques que voy a analizar y que fueron desarrollados por Antonio Argandoña en su obra *La Responsabilidad Social de la Empresa a la Luz de la Ética*, escrita en 2007.

Por ello, vamos a realizar un análisis independiente de cada uno de los modelos anteriormente mencionados. En primer lugar, vamos a tratar el modelo de empresa como institución económica. Este modelo tiene su base en el pensamiento que sigue Milton Friedman, anteriormente mencionado. Este modelo defiende la idea de entender la empresa como objeto para conseguir la maximización del beneficio para los propietarios e inversores (Friedman, 1970). Esta búsqueda de la maximización del beneficio lleva a la máxima creación de valor para la sociedad (Argandoña¹⁸, 2006). Sin embargo, debemos plantearnos si el hecho de buscar la maximización del beneficio y, como consecuencia, la maximización del valor para la sociedad, implica que la empresa está actuando al

¹⁷ Argandoña, A. (2007). La responsabilidad social de la empresa a la luz de la ética. *IESE Business School, Documento de investigación*, (708).

Argandoña, A. (2007). Responsabilidad social de la empresa: ¿Qué modelo económico? ¿Qué modelo de empresa? *Documentación social*, 14.

¹⁸ Argandoña, A. (2006). Economía de mercado y responsabilidad social. *Papeles de economía española*, (108), 2-9.

servicio de la sociedad. Pues bien, este modelo de empresa defiende una responsabilidad social de la empresa que está basado en el interés propio, es decir, se produce una búsqueda del interés propio, que, en ciertos casos, tiene como consecuencia que sea el mismo interés que el de otras personas, pero no se produce una búsqueda del interés de la sociedad a través de la empresa. Por este motivo, no existe relación entre ambos modelos de empresas, como en un primer momento parecía.

Esto nos lleva a tratar el modelo de la empresa como institución al servicio de la sociedad. Toda empresa tiene su origen en la satisfacción de necesidades que tiene la sociedad, de manera que, si la empresa no satisface una necesidad de la sociedad, dicha empresa estará condenada a la ruina (Donaldson y Dunfee¹⁹, 1999). De manera que, según este modelo, la empresa debe comportarse como un ciudadano ejemplar, debiendo obtener el máximo beneficio posible siempre, que una gran parte de este beneficio se traduzca a la sociedad, es decir, que tenga una gran repercusión en la sociedad. Por este motivo, la responsabilidad social de la empresa adjunta a esta modalidad, es la búsqueda del interés social (Argandoña, 2007). Sin embargo, cabe notar, que, en la actualidad se produce un enfrentamiento entre los dos modelos vistos hasta ahora, puesto que la responsabilidad social de la empresa basada en el interés social²⁰ actúa como límite del objetivo del modelo de empresa como institución económica, que es la maximización del beneficio de la empresa. Esta es la disyuntiva que se da en la actualidad, lo que parece dar lugar a un desvanecimiento de la responsabilidad social en las empresas, ya que, en la actualidad, las empresas anteponen la maximización del beneficio y el interés propio al interés social y estar al servicio de la sociedad.

El tercer y último modelo que vamos a analizar es la empresa como conjunto formado por una comunidad de personas. Este modelo de empresa es el llamado modelo alemán, ya que es el seguido por todas las empresas alemanas. Este modelo se basa en que la empresa está integrada por un conjunto de personas que son los trabajadores y que la empresa no solo debe guiarse por los incentivos externos como los beneficios, sino también por las motivaciones intrínsecas, como la satisfacción o interacción con los

¹⁹ Donaldson, T., & Dunfee, T. W. (1999). *Ties that bind: A social contracts approach to business ethics* (pp. 2-5). Boston: Harvard Business School Press.

²⁰ Modalidad en la que la empresa como institución se pone al servicio de una sociedad más amplia, siendo la finalidad de la empresa, el hecho de satisfacer las necesidades que surjan en ella.

empleados (Pérez López²¹, 1998). Este modelo parece ser un modelo de empresa que actúa como nexo de unión de los modelos anteriores, puesto que busca obtener el mayor beneficio posible, teniendo en cuenta el interés, opinión y respeto de sus trabajadores, que son personas que integran la sociedad a la cual, la empresa debe servir. La empresa, por tanto, además de tener una dimensión política y una dimensión económica, también tiene una dimensión ética. Por lo que todas las decisiones o acciones tomadas por la empresa tienen una dimensión ética, es decir, tienen un efecto ético.

Pues bien, el modelo de empresa que va a seguir la empresa ABRIL, va a ser un modelo consistente en la mezcla de los tres modelos analizados. Tras haber analizado los distintos modelos, nos damos cuenta de que no existe un modelo ideal de empresa, el cual, pueda ser aplicado a todas las empresas con éxito. Sin embargo, he llegado a la conclusión que el modelo que más éxito puede garantizar a nuestra entidad y que más se ajusta a nuestro objetivo, es un modelo que esté basado en la obtención del máximo beneficio posible, teniendo en cuenta el interés de la sociedad a la que la empresa sirve en todo momento y satisfaciendo las necesidades que la sociedad pueda tener. La mejor forma de tener en cuenta el interés de la sociedad, es teniendo en cuenta el interés de las personas que trabajan o que tienen relación con la empresa, es decir, las personas que componen la empresa, ya que estas personas provienen de la sociedad a la que la empresa debe servir. Por este motivo, creo que el modelo de empresa correcto es la combinación de los tres modelos.

Hoy en día, el modelo más cercano al que queremos plantear, es el modelo que siguen las empresas alemanas²². Este modelo al que hago mención, recibe el nombre de modelo alemán y consiste en el hecho de que, en la misma, tenga un gran reconocimiento los trabajadores de la empresa y que éstos tengan una importante representación en la Junta de la empresa. Así, de esta manera las empresas respetarán en todo momento el interés de la sociedad, ya que, al existir una fuerte representación de los trabajadores en la Junta, éstos velarán y garantizarán el interés de la sociedad. Por este motivo, el modelo de empresa elegido es el modelo alemán que ya existe y que muchas empresas ya lo integran,

²¹ Pérez López, J. A. (1998). Liderazgo y ética en la dirección de empresas. *La nueva empresa del siglo XXI*.

²² Modelo estudiado en la asignatura Gobierno Corporativo, la cual, fue impartida por la profesora Paloma Bilbao Calabuig.

aunque con ciertas matizaciones. Entre las matizaciones cabe destacar: la creación de un comité externo a la empresa que esté formado por ciudadanos cotidianos de la sociedad a la que la empresa sirve, para garantizar realmente que el interés de la sociedad se vea satisfecho. Esta matización es muy importante, ya que como bien sabemos el ser humano no siempre tiende al bien, claro ejemplo de esto son los numerosos casos de corrupción que se dan en la actualidad. Por este motivo, con la creación del comité independiente se pretende eliminar toda corrupción posible que pueda surgir.

D. Una visión intrínseca de la Responsabilidad Social.

La responsabilidad social puede ser definida como respuesta a los comportamientos esperados por la sociedad, a la que la empresa sirve. La importancia de ésta ha crecido de manera notable en los últimos años, como consecuencia de la crisis y los casos que se han descrito en la introducción del presente trabajo. La empresa ABRIL, debe de ser una empresa ciudadana, es decir, que esté al servicio de la sociedad, tal y como hemos mencionado con anterioridad. La responsabilidad social tiene una visión extrínseca y una visión intrínseca. El problema reside en que las empresas agrícolas únicamente tienen en cuenta la visión extrínseca. Esto se debe a que únicamente quieren que la sociedad tenga una buena imagen de ellas, sin importarles el daño que pueden estar provocando a la sociedad con sus acciones. Mi crítica va dirigida a que no es posible que una empresa aplique únicamente la visión extrínseca de la responsabilidad social, sino que también debe de aplicar su visión intrínseca, que es la fundamental, puesto que, de lo contrario, únicamente estarían utilizando un parche para mantener contenta a la sociedad, aunque la imagen que estarían dando sería falsa, pues no tendría en cuenta verdaderamente el impacto de sus acciones en la sociedad.

Partimos de la base de que las empresas del sector agrícola, en su mayoría, como hemos dicho, promulgan la maximización del beneficio. La responsabilidad social para éstas solo puede ser extrínseca, entendida como un conjunto de actos benevolentes, puesto que entienden que la ética es algo privado. Frente a esta concepción, quiero aplicar la responsabilidad social de forma intrínseca, puesto que es algo que no existe en la concepción de las empresas agrícolas. Todo esto lo desarrollaré en el próximo apartado.

III. ABRIL S.L: UNA VISION INTRINSECA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.

Hasta el momento, en el Trabajo de Fin de Grado hemos abordado la relación entre ética y empresa y cuáles son las características que debe tener una empresa ética. Pues bien, ahora, vamos a proceder a la creación de una empresa de aceite, que sea ética desde sus bases, es decir, vamos a crear una empresa de aceite asentando desde cero, todas las características que una empresa debe tener. Este es el principal objetivo de nuestro Trabajo de Fin de Grado, para ello, debemos de dejar de poner la atención en la discusión de dilemas éticos ocasionales y centrarnos más en los procedimientos de gestión que deben de incorporar la dimensión ética de todas las actividades de la empresa.

Lo que pretendo decir es que la ética no tiene que ser un añadido, es decir, una imagen ficticia con la que saludar al público para que tengan una buena imagen de la empresa, sino que la ética debe de estar incluida dentro de la organización de la empresa. Lo que pretendo es centrarme en la visión intrínseca de la responsabilidad social de la empresa, que me llevará a la elaboración final de un Código Ético de mi empresa. Lo primero que debemos tener claro es el objetivo que pretendemos conseguir con la empresa ABRIL. El objetivo de la empresa es obtener el mejor aceite ecológico del mundo, para que de esta manera nuestra empresa tenga un producto único.

A. La ética en la estructura Organizativa de la Empresa ABRIL.

Dentro de este epígrafe voy a proceder a realizar un análisis a cerca de los principales departamentos de la empresa, que van a ser: el departamento de producción, departamento de gestión, departamento de recursos humanos y el departamento de marketing.

a) Departamento de Producción.

Vamos a comenzar analizando el departamento de producción. La finalidad de la empresa ABRIL es convertirse en la mejor empresa productora y vendedora de aceite del mundo. Para ello, debemos ofrecer un producto, en este caso aceite ecológico, único e inigualable, que nos permita tener una ventaja competitiva con nuestros competidores, es decir, debemos de buscar una diferenciación de nuestro producto respecto al resto de productos

de los competidores. Esa diferenciación va a ser la elaboración del mejor aceite ecológico del mundo.

En la actualidad la empresa posee 1.000 hectáreas de olivares, que producen la variedad de aceituna denominada como picúa. Estas hectáreas que son propiedad de la empresa ABRIL son cuidadas de forma ecológica, de manera que la empresa se vale únicamente de los recursos naturales disponibles. La finalidad de esta agricultura ecológica es la obtención de productos orgánicos, es decir, de productos a los que en su producción no se le han incorporado fertilizantes o cualquier tipo de elementos químicos. De esta manera, también estamos buscando preservar el medio ambiente, tema que trataremos en el departamento de gestión.

Como podemos observar, la empresa únicamente dispone de 1.000 hectáreas de olivares, lo que nos obliga a comprar a determinados proveedores una gran cantidad de aceituna picúa para poder cubrir la gran demanda que tenemos. Como bien he mencionado con anterioridad, es fundamental para nuestra empresa que el producto que nosotros ofrecemos sea 100% ecológico, por lo que los proveedores a los que compramos la variedad picúa de aceituna deben de ser agricultores que lleven a cabo una agricultura ecológica. Éste es uno de los obstáculos con los que se encuentra nuestra empresa, ya que es muy difícil encontrar un proveedor que lleve a cabo una agricultura ecológica y que sea veraz. Por este motivo, hemos llevado a cabo una búsqueda muy especial sobre proveedores que cumplan las condiciones que buscamos y que compartan los valores que tiene la empresa ABRIL. No resulta sencillo encontrar proveedores que lleven a cabo una agricultura ecológica y que además se sientan identificados con los valores que promulgamos. Sin embargo, ABRIL S.L. cuenta con 10 proveedores que se ajustan a los requisitos establecidos, juntando así 10.000 hectáreas de olivares.

Ante dicha dificultad, los proveedores que la empresa ABRIL tenga son proveedores únicos, puesto que son proveedores que se sienten partícipes de un producto único, que sea denominado el mejor aceite ecológico del mundo. Dichos proveedores son la base de la empresa ya que sin ellos no podríamos ofrecer ese producto único. Por ello, una de las funciones del departamento de producción es conseguir que los proveedores estén ilusionados y motivados, para que podemos seguir manteniendo relaciones comerciales con ellos. Es fundamental para la empresa mantener a estos proveedores elegidos. Por

este motivo, a dichos proveedores se le pagará un precio ligeramente superior al precio de mercado, al mismo tiempo que se les dará todas las facilidades posibles a los proveedores en cuanto al transporte y demás gestiones. La finalidad de este trato preferente es lograr mantener satisfechos y motivados a nuestros proveedores.

b) Departamento de Gestión.

- Toma de decisiones

Como ya hemos mencionado con anterioridad, las empresas están integradas por personas pertenecientes a una sociedad más amplia. Dicha sociedad a la que pertenecen las personas, es una sociedad multicultural, es decir, hay personas de distintas culturas, religiones, nacionalidad, etc. En una empresa, por tanto, nos encontramos con un conjunto de personas muy distintas y de diversos rasgos, que buscan una organización en esa diversidad y una organización de sus intereses, que son distintos, con el propósito de realizar una tarea común y obtener unos resultados beneficiosos para la empresa y para ellos mismos. Por tanto, podemos diferenciar en la empresa unos factores comunes que son: conjunto de trabajadores, tarea y resultado óptimo. Todas las empresas tienen estos tres factores o, mejor dicho, buscan tener estos tres factores.

Hemos hecho referencia al hecho de que uno de los factores de la empresa es que está integrada por una comunidad o conjunto de personas, cuyo objetivo es la consecución del resultado que se pretende. La empresa tomará decisiones dependiendo del resultado que quiera obtener. Así pues, todas las decisiones que una empresa adopte debe ser evaluada atendiendo a tres aspectos diferentes (Argandoña, 2011): eficacia, atractividad y consistencia.

A continuación, vamos a analizar cada uno de estos aspectos. En primer lugar, tenemos que analizar la decisión que la empresa toma desde el punto de vista de si dicha decisión es eficaz o no. Cuando hablamos de decisión eficaz, no solo debemos de centrarnos en el ámbito de la empresa, es decir, la decisión no sólo debe de ser eficaz para la empresa, sino que también debe de ser eficaz para el empleado o trabajador, puesto que como hemos dicho, la empresa está integrada por una comunidad de personas. Una decisión será eficaz para la empresa, siempre que dicha decisión suponga un incremento o creación de valor tanto para los stakeholders, como para los empleados. Cuando hablamos de que

la decisión sea eficaz para los empleados, nos estamos refiriendo a que la decisión debe conllevarles una remuneración justa y equitativa. En segundo lugar, la decisión tiene que ser atractiva. Cuando hablamos de decisión atractiva, hacemos referencia a que la decisión debe producir satisfacción en las personas que integran la empresa, al mismo momento, que causa satisfacción a la sociedad a la que la empresa sirve. Por último, la acción debe de ser consistente, entendiendo por consistencia, que en el momento de tomar la decisión que va a llevar a cabo la empresa, se debe tener en cuenta las consecuencias de la decisión en el futuro.

Por ello, para que una acción, resultado de la toma de decisión de la empresa, tenga la consideración de una buena acción, es necesario que ésta cumpla los tres aspectos que hemos desarrollado, es decir, que se trate de una acción eficaz, atractiva y consistente. Dicha acción debe atender el problema o necesidad que surja hoy, sin causar un daño a la sociedad futura, es decir, sin poner en peligro necesidades futuras que puedan surgir (Argandoña, 2011).

- Tarea de los directivos

Como hemos dicho con anterioridad, la empresa es una institución que está integrada por una comunidad de personas, que forman parte de una sociedad multicultural. Por tanto, la tarea de los directivos de las empresas es, precisamente, hacer que la empresa a la cual sirve, logre los objetivos y resultados que sean propuesto, teniendo en cuenta siempre que, no solo debe tener en consideración las necesidades de su empresa, sino también las de la sociedad y las de las personas que integran la empresa. Por este motivo, la tarea del directivo es la de poner coherencia y conexión entre todas esas necesidades, de manera que todas se vean satisfechas (Argandoña, 2011). Podría decirse, que los directivos de las empresas tienen dos necesidades fundamentales, que son: satisfacción de necesidades externas e internas, teniendo siempre en cuenta, como hemos mencionado, la repercusión en la sociedad. Cuando hablamos de necesidades externas, hacemos referencia a las necesidades que tiene la sociedad, es decir, los consumidores y clientes. Por el contrario, cuando nos referimos a necesidades internas, hacemos referencia a las necesidades que tienen los propios directivos o empleados. Por tanto, la tarea del directivo es lograr la satisfacción de todas estas necesidades con las acciones que tome dentro de la empresa.

Como se puede apreciar, hemos pasado de una visión donde lo importante era el capital financiero y el capital físico, a una visión, que es la que defiende Antonio Argandoña, en la que lo importante es el equipo humano. Éste factor es el que va a hacer que una empresa se diferencie del resto y tenga una ventaja, puesto que este tipo de empresas trabaja para la búsqueda de un beneficio, no solo para la empresa, sino también para toda la comunidad que rodea a la empresa y la integra.

Debemos plantearnos la pregunta de si la tarea que lleva a cabo el directivo es una tarea ética. Pues bien, en tanto que la tarea del directivo es conseguir o poner en práctica acciones que permitan a los individuos que forman parte de la comunidad de la empresa desarrollar sus capacidades y objetivos, con la intención de hacer de la empresa una institución excelente, que respete el futuro de la sociedad, podríamos determinar que si es una tarea ética la que lleva a cabo el directivo. Sin embargo, ésta afirmación significa que ¿todas las tareas que tenga el directivo o que ejecute son o tienen que ser éticas? Resulta obvio que la respuesta a dicha pregunta no es afirmativa, ya que no todas las tareas que lleva a cabo el directivo son consideradas tareas éticas. Del mismo modo, eso no quiere decir que el directivo no actúe según la ética en todas las acciones o tareas que lleva a cabo, es decir, el directivo está obligado a actuar teniendo en cuenta la ética en todo momento, pero no todas las tareas que lleva a cabo son tareas éticas.

En este punto, es donde se encuentre la gran disyuntiva actual y, el porqué de las situaciones de muchas empresas. Esto se debe a que la mayoría de los directivos de las empresas actuales actúan promovidos por un interés propio, sin hacer ningún juicio de valor sobre si la tarea o acción que va a llevar a cabo es correcta desde un punto de vista ético. La omisión de dicho juicio de valor es la razón por la que muchas empresas quiebran y se hunden en una profunda crisis (Argandoña, 2011).

c) Departamento de RRHH.

Como hemos mencionado con anterioridad, el objetivo de este Trabajo de Fin de Grado es la creación de una empresa ética de aceite desde la visión intrínseca de la responsabilidad social de la empresa. Para ello, la empresa no solo tiene que buscar la aplicación extrínseca de la ética sino también la aplicación intrínseca. Por ello, el departamento de recursos humanos va a jugar un papel muy importante de cara a que nuestra empresa sea una empresa ética en cuanto al fondo y no solo de cara al público

como he mencionado con anterioridad. Debemos de anotar que nuestra empresa cuenta con unos 60 trabajadores de forma directa, aunque cuenta con otros 40 trabajadores de forma indirecta.

El departamento de recursos humanos debe de utilizar criterios éticos en la selección y en la evaluación de los trabajadores, con la intención de que éstos, que son los que hacen el camino de la empresa pues son la base de ella, fomenten y promulguen en todo momento la actuación ética. Para ello, debemos de fijarnos en las acciones que llevan a cabo los trabajadores y no únicamente en lo que la persona dice. Es fundamental que el departamento de recursos humanos analice los antecedentes éticos de cada persona (pidiéndolos al antiguo jefe), ya que una persona que ha actuado contra la ética una vez, seguramente lo hará una segunda vez, puesto que es más fácil hacerlo una segunda vez que la primera vez.

Por otro lado, debemos tener en cuenta el arrepentimiento y la posibilidad de cambio de la persona, pues es una realidad moral. Por este motivo, he dicho que se debe analizar los antecedentes y en el caso de dar una oportunidad a una persona con antecedentes contrarios a la ética, el presente departamento deberá llevar a cabo una actuación de seguimiento y de vigilancia. El departamento de recursos humanos no debe evaluar a los trabajadores por el rendimiento económico que están obteniendo, sin preguntarse de que manera están obteniendo o llegando a dichos objetivos.

Para evitar que los trabajadores lleven a cabo actuaciones contrarias a la ética, es necesario mantener la motivación y la ilusión de los trabajadores. Esta es una tarea que corresponde al departamento de recursos humanos. Dicho departamento es el encargado de investigar y escuchar los posibles problemas que pueda tener algún empleado de la empresa, que puedan derivar en la actuación lamentable por parte del trabajador. De esta manera, la empresa ofrecerá ayuda a éste para dar una solución al problema suscitado. La empresa debe de ser un apoyo para el mismo, de manera que éste sienta este apoyo y se sienta afortunado, motivado e ilusionado de trabajar en la empresa ABRIL.

Dicho departamento también se hará cargo de realizar seminarios de formación y discusión ética y los círculos de discusión ética, con el objetivo de que los trabajadores,

administradores y directivos, asimilen de forma activa los valores que la empresa promulga entre sus trabajadores y también entre los stakeholders.

d) Departamento de Marketing.

Este departamento va a ser el encargado de vender nuestro producto y de darle publicidad. En la actualidad, son muchos los casos de publicidad engañosa o de falta de información en los productos. Por este motivo, el departamento de marketing debe de llevar a cabo una publicidad veraz, que refleje en todo momento que nuestro aceite ha sido elaborado de forma ecológica.

Como he mencionado, son varios los casos en los que los productos no informan de todos los contenidos de su producto. Esto es algo que debe vigilar este departamento, ya que el producto de la empresa ABRIL debe contener en su etiquetado toda la información del producto necesaria para el consumidor, como por ejemplo la forma de elaboración de nuestro aceite, así como del tipo de aceituna del que proviene y de los proveedores de donde ha sido seleccionada. Con esta actuación, se pretende transmitir total transparencia al consumidor de manera que el consumidor sepa en todo momento que lo que está consumiendo es un aceite ecológico.

B. ABRIL S.L: una empresa comprometida con el medio ambiente.

Otra de las funciones de los Administradores de la empresa ABRIL es garantizar que en todo momento se respete que no se produzca ningún tipo de contaminación en nuestro producto, entendiendo por contaminación, cualquier fertilizante o producto químico que puedan poner nuestros proveedores en sus olivos, que hagan que la aceituna picúa obtenida ya no sea 100% ecológica, de manera que pueda producir una ruptura con nuestra idea de producto excelente.

Para la empresa ABRIL, uno de los pilares fundamentales a la hora de decidir el porqué de lanzar un aceite ecológico, es la sostenibilidad y el mantenimiento del medio ambiente. En la actualidad, las principales empresas productoras de aceite no llevan un correcto mantenimiento del medio ambiente debido al daño que están haciendo con la incorporación de determinadas técnicas en el cultivo del olivo. Estoy haciendo referencia

al riego por goteo que, estas empresas llevan a cabo en sus olivos. Resulta evidente que es necesario regar los olivos, para que estos produzcan olivas, sin embargo, estas empresas incluyen en el agua que circula por dichos riegos por goteos, fertilizantes y demás componentes químicos que hacen que el olivo produzca mayor cantidad de olivas como resultado de esos componentes introducidos en el agua.

El hecho de introducir fertilizantes y productos químicos a través del riego por goteo, está provocando la muerte y casi extinción en Andalucía de varios animales, como puede ser la perdiz roja silvestre o incluso los conejos. Esto se debe a que dichos animales se acercan a los charcos que quedan en los pies de los olivos para beber agua, pero dicho agua, como hemos dicho anteriormente, contiene productos químicos, que envenenan a los animales que la consumen, provocando la muerte de estos. Son muchos los casos de fincas cinegéticas que contenían olivos y que, como consecuencia del riego por goteo, ha desaparecido cualquier tipo de vida de perdices rojas y conejos. Esto se debe a que el beneficio que obtiene el agricultor por la venta de las aceitunas que dan los olivos es cinco veces superior que el obtenido por la venta de la caza de dichos animales, así lo estableció Doña María Inmaculada Oria López²³.

Por este motivo, la empresa ABRIL, a través de sus administradores y empleados presta especial atención en que se respete que los olivos de nuestros proveedores y los olivos propios de la empresa sean cultivados de forma 100% ecológica, lo que implica que los olivos sean regados a través del sistema por goteo únicamente con agua, sin que contengan ningún tipo de producto químico. De esta manera, no se dañará a los animales que viven en dicho ecosistema.

Una de las decisiones que han adoptado nuestros administradores, con la intención de preservar el medio ambiente, es la compra de varios tractores eléctricos, de manera que estos no resulten contaminantes con el medio ambiente, de manera que así podemos ofrecer un producto más puro. Seríamos la primera empresa en Europa en incorporar tractores eléctricos. Por ello, se pretende que la empresa CASE²⁴ sea la encargada de proveer estos tractores.

²³ Delegada Territorial de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio en Granada.

²⁴ Fabricante de tractores eléctricos, que pertenece al grupo CNH Industrial.

Otro factor de gran importancia a tener en cuenta en la sostenibilidad del medio ambiente de la empresa ABRIL es la gestión del agua. Resulta evidente que para la producción de aceite es necesaria la utilización de agua, tanto en el riego de los cultivos, como a la hora de materializar el producto en la industria. Pues bien, debemos de comenzar analizando la procedencia del agua utilizada para el cultivo. El agua será extraída de embalses existentes en la zona o incluso de pozos naturales existentes en las tierras de cultivo. Debemos de remarcar que el agua extraída de los pantanos o embalses se utilizará únicamente en el caso de ser abundante el caudal de los mismos, de lo contrario se procederá a utilizar el agua de los pozos naturales.

Por otro lado, nos encontramos con el agua utilizada en la industria para obtener el aceite. Dicha agua, una vez que se utiliza para extraer de la masa de la aceituna el aceite, queda contaminada por la separación de elementos de la masa de la aceituna. En este caso, las mayorías de las empresas optan por deshacerse del agua contaminada vertiéndolo en el medio ambiente, produciendo la contaminación del mismo. En el caso de la empresa ABRIL, hemos instaurado una depuradora que nos permita extraer del agua utilizada esos elementos que se han incorporado en el proceso, de manera que el agua pueda ser utilizada para otro proceso. Con ello, la empresa ABRIL pretende mantener el medio ambiente intacto al igual que evitar derrochar agua de forma innecesaria.

C. Camino ético de ABRIL S.L.

Como hemos ido señalando a lo largo del presente trabajo, es muy importante que una empresa sea ética, ya que, de no serlo, podría tener graves consecuencias para la propia empresa debido a la mala imagen que daría de ella. Por ello, es muy importante que todas las empresas tengan definida y sigan una estrategia ética²⁵. Como bien establece el manual escrito por la consultora Deloitte, la estrategia ética para la empresa debe de ser elaborada de igual forma que como elaboramos una estrategia ética para la familia, es decir, debemos de llevar a cabo una serie de pasos que son:

²⁵ Para desarrollar la estrategia de nuestra empresa, vamos a tener muy en cuenta un manual elaborado por la consultora Deloitte, titulado La ética ¿Concepto o forma de vida?, en el cual, se establecen varias estrategias éticas que pueden ser adoptadas.

- a) El primer paso es definir los valores, este paso consiste en establecer cuál es la imagen que deseamos que las personas y, en general, la sociedad tenga de nuestra empresa, es decir, cómo queremos que la empresa sea percibida por los clientes o consumidores, proveedores y por la propia competencia. En este sentido, nuestra pretensión es que la imagen de la empresa ABRIL, sea una imagen de empresa cercana a las personas que componen la sociedad a la que la empresa sirve, una imagen de empresa comprometida y que vela no solo por los intereses propios sino también por los intereses de la sociedad, teniendo a ésta muy presente siempre. Pretendemos que ABRIL sea una empresa respetada y respetable, transparente, impulsora de los productos ecológicos y de la igualdad en el trato.
- b) En segundo lugar, todos los valores que queremos que sean definidos por los ciudadanos cuando vean la imagen de nuestra empresa deben de ser plasmados en un Código Ético²⁶, el cual, ha sido definido en el apartado último dentro de este capítulo. Es de gran importancia este paso, ya que el Código Ético va a constituir la base o normas de nuestra estrategia ética. Dicho Código no debe de ser impuesto por los propietarios a sus trabajadores, pues de lo contrario, puede que estos no lo respeten al no sentirse identificados con él. Por ello, en la empresa ABRIL, creemos que el Código Ético debe de ser elaborado desde la colaboración de todos los integrantes de la empresa, desde los trabajadores a pie de campo hasta los directivos de la empresa. Es fundamental para mi empresa que los trabajadores se identifiquen con el código que queremos elaborar por ello, vamos a llevar a cabo reuniones de grupos en los que estén presentes trabajadores, directivos y propietarios y ciertos ciudadanos (en representación de la sociedad), para escuchar las propuestas que tengan los mismos respecto a qué incluirían en el código. De esta manera, formularemos un código ético elaborado por todos los integrantes de la empresa, sintiéndose éstos identificados con el mismo.
- c) El último de los pasos para la elaboración de la estrategia ética de la empresa, es la comunicación. Este paso consiste en que una vez tenemos ya elaborado el Código Ético, debemos de plantear como vamos a difundirlo, de manera que llegue a todos los individuos que estén relacionados con la empresa ABRIL, es

²⁶ El Código Ético de la empresa ABRIL, está desarrollado en el anexo I de este trabajo.

decir, clientes, proveedores, etc. Como dicho código ha sido elaborado desde la colaboración de todos los integrantes de la empresa, de manera que son los propios trabajadores y directivos lo que ya interiorizan lo dispuesto en dicho código, pues ha sido elaborado por ellos mismos.

Sin embargo, la empresa ABRIL también va a efectuar cursos de información a los trabajadores, en los que se informará de la base del Código, ya que de esta forma los propios trabajadores lo transmitirán en sus interacciones con otras personas. Además, los directivos de la empresa deberán preservar y recordar en todo momento el Código, haciéndolo constar en todo momento. A la sociedad, se le transmitirá el Código Ético de la empresa a través de los actos éticos que lleve a cabo la empresa, ya que es la propia empresa, la que con sus actos y acciones va a difundir cuál es el Código y la manera de actuar de la empresa, para con la sociedad. Aun así, se impartirán conferencias en distintas universidades para hacer llegar de mejor manera la información.

D. Herramientas de gestión ética para ABRIL S.L.

Como hemos apreciado en la introducción de este Trabajo de Fin de Grado, nos encontramos en una sociedad en la que los casos de fraude y de corrupción en las empresas son constantes, así como, empresas que abusan de su poder para obtener un interés propio. El denominador común de todos los casos que hemos descrito es la falta del elemento ética a la hora de las tomas de decisiones por parte de la empresa, es decir, no existe una gestión correcta de la ética en las empresas que se ven envueltas en esos casos. Por ello, las empresas han tomado conciencia acerca de la importancia que tiene la ética en la empresa, ya que es la propia sociedad, a la que toda empresa sirve, la que mete presión a las empresas para que las empresas actúen respetando en todo momento la ética.

Nos encontramos en una sociedad en la que se ha instaurado cierta desconfianza hacia las empresas, debido a todos los casos de corrupción, abuso de poder o fraude que se han dado. Esta situación de desconfianza, por parte de la sociedad, ha llevado a las empresas a tomar conciencia de la existencia de un fallo en los mecanismos de coordinación de la acción, de manera que la ética aplicada se ve obligada a intervenir (García Marzá²⁷, 2004).

²⁷ García-Marzá, D. (2004). *Ética empresarial: del diálogo a la confianza*. Trotta.

Es este motivo, por el que en la empresa ABRIL, se va a instaurar una serie de herramientas, que van a permitir llevar un control ético en todas las acciones que la empresa va a ejecutar. Estas herramientas que vamos a instaurar son instituciones independientes entre ellas que supervisen que todas las acciones son llevadas a cabo respetando el interés social, pues la finalidad de la empresa es servir a la sociedad a la que pertenece. A continuación, vamos a proceder a analizar cada una de las herramientas de control de ética que vamos a instaurar en nuestra empresa.

a) Asesores o Expertos éticos.

En la empresa ABRIL, creemos que es importante la contratación de asesores expertos en ética, ya que van a jugar un papel de gran importancia a la hora de garantizar que se respete la aplicación de la ética empresarial. La finalidad de estos asesores o expertos es la de dar asesoramiento y recomendaciones, como expertos en ética que son, en todo momento, con el objetivo de evitar que surjan problemas en la empresa, como consecuencia de la incorrecta aplicación de la ética empresarial, y en caso de que surjan, deberán dar una solución a dicho problema (Cortina²⁸, 2005). Es importante la contratación de esta institución, puesto que van a reforzar la ética empresarial de la empresa, al jugar un papel importante en el dialogo que se da en la empresa.

La función de estos asesores es la de actuar como mediadores en los problemas que surjan relacionados con la ética. Con la creación de esta herramienta de gestión de la ética, en la empresa ABRIL, pretendemos que haya una transparencia total en nuestras acciones, para que, de esta forma, la sociedad tenga plena confianza con nuestra empresa, para que, de esta manera, revirtamos la desconfianza general que hay instaurada en nuestra sociedad. Es importante remarcar que la función de los asesores es ser mediadores, por lo que deben abstenerse de juzgar y no deben tomar parte del asunto, es decir, deben situarse en una posición de imparcialidad y desde ahí mediar para encontrar una solución al problema que se plantee (García Marzá, 2004).

²⁸ Cortina, A., & Conill, J. (2005). *Ética, empresa y organizaciones sanitarias. Ética de las organizaciones sanitarias. Madrid: Triacastella*, 15-32.

b) Comité de Ética.

Ya habíamos adelantado con anterioridad, la importancia de la elaboración de un comité de ética, que garantice que se actúa siempre y, en todo momento, aplicando la ética empresarial y que vigile la aplicación del Código Ético de la empresa ABRIL. El comité de ética va a estar formado por cuatro personas: el propietario de ABRIL S.L., por un miembro de la junta, por un trabajador y por un experto ético, anteriormente, descrito. Este comité tiene el cometido de vigilar que se actué y se cumpla en todo momento el código ético.

En la empresa ABRIL, queremos que este comité ético tenga una presencia destaca en ella, para que pueda efectuar sus funciones con mayor eficacia y tener la garantía de que se aplica el Código Ético de la empresa ABRIL, con efectividad (García Marzá, 2004). El comité de ética debe suponer un nexo de unión entre la empresa ABRIL y la sociedad a la que debemos servir y respetar, satisfaciendo las necesidades que puedan surgir en la misma.

c) Actuación contra la corrupción.

Una de las principales preocupaciones que hay hoy en día en la sociedad y que provocan una gran desconfianza en ella hacia las empresas es la gran cantidad de casos de corrupción que se han producido. Por este motivo, en la empresa ABRIL, estamos en contra de cualquier caso de corrupción y es un caso que nos preocupa especialmente por la naturaleza del ser humano a satisfacer su interés propio.

Por ello, además de la creación del comité de ética, hemos decidido crear una institución de auditoría ética, que también va a ser una institución independiente de la empresa, que va a ser el encargado de auditar la empresa constantemente, con la intención de evitar ingresos o pagos fraudulentos, es decir, su función es evitar que se produzca cualquier caso de corrupción investigando las finanzas de la empresa. Con la creación de esta institución de auditoría ética se pretende que los intereses económicos de la empresa ABRIL, de sus trabajadores y de la sociedad, a la que sirve nuestra empresa, se integren todos en uno (García Marzá, 2004).

d) Informes.

En la empresa ABRIL, vemos de vital importancia saber en todo momento cuál es el impacto que tienen nuestras acciones en la sociedad, en nuestra propia empresa e incluso en nuestros stakeholders. Por ello, creemos que es fundamental la elaboración de informes de responsabilidad semanales, para que, de esta forma, tengamos conocimiento acerca del impacto de nuestras decisiones y acciones. Los informes deberán ser elaborados no sólo por los departamentos que tengamos, sino que cada grupo de trabajadores de nuestra empresa deberá de emitir un informe de responsabilidad, así, de esta forma, tendremos un conocimiento completo de qué ocurre.

Los informes de responsabilidad nos permitirán comparar las acciones llevadas a cabo por distintas personas, lo que nos permitirá aprobar mejoras más efectivas en nuestras actuaciones, además de llevar un control ético, que nos permita actuar rápidamente en caso de que surja un problema. En este sentido, es un mecanismo de actuación de control ético más rápido que el llevado a cabo por los asesores expertos, ya que permite conocer el problema y dar una solución con mayor rapidez, al presentarse informes de manera semanal.

La importancia de la elaboración de informes de responsabilidad en la empresa la han remarcado diversos autores, como, por ejemplo, J. Felix Lozano, que en su obra que es la ética de la empresa, resalta la importancia de elaborar una memoria de sostenibilidad, para mediar y rendir cuentas frente a grupos de interés internos y externos (Lozano²⁹, 2011).

E. Elaboración del Código Ético.

Una vez que hemos analizado los distintos departamentos de la organización de nuestra empresa y los mecanismos de control de gestión de la ética que vamos a llevar a cabo en la empresa ABRIL, debemos de realizar nuestro Código Ético de la empresa. Como hemos podido apreciar a lo largo del trabajo de investigación, las empresas están tomando

²⁹ Lozano, J. F. (2011). *Qué es la ética de la empresa*. Editorial Proteus.

en consideración la importancia que supone para ellas mismas, el hecho de que la empresa sea socialmente responsable y ética (Lozano³⁰, 2004).

El Código Ético es un instrumento que va a permitir a la empresa recopilar todos los valores, normas éticas y principios, que la empresa ha llevado a cabo o que ha concebido como propios. En este sentido, el Código Ético, es un texto que cumple una serie de funciones, entre las que destacamos:

En primer lugar, el Código Ético va a señalar cuales son los objetivos, metas y roles que tiene la empresa con la sociedad. En este caso, la meta de la empresa de aceite, cuya creación pretendemos, es ser una empresa multinacional, que permita llegar nuestro producto, que consiste en un aceite ecológico, a todos los rincones de este mundo, incluso a países, que por su riqueza no tengan acceso a dicho producto. En cuanto a los objetivos de la empresa van a ser claros, el principal objetivo es la elaboración de un aceite ecológico puro, para de estas maneras, conservar el medio ambiente mediante la no aplicación de productos químicos, que lo dañarían.

El segundo objetivo, es crecer como empresa dentro del plano nacional, concienciando a los consumidores de la importancia de la elaboración de nuestro producto, que ayuda a la conservación del medio ambiente. Como hemos podido observar al inicio de este capítulo cuatro, la empresa cuenta con 1.000 hectáreas de olivos que junto con las hectáreas de los proveedores de la empresa ABRIL, hacen que únicamente sea posible la venta de nuestro producto en el plano nacional. Sin embargo, a largo plazo el objetivo debe de ser la internacionalización de la empresa, una vez vayamos captando más proveedores que cumplan con nuestros requisitos.

El tercer objetivo, consiste en lograr bajar los costes para poder ofrecer a los consumidores un producto ecológico y de gran calidad, para que de esta forma sea accesible a toda la sociedad y, evitar de esta manera, cualquier discriminación.

³⁰ La parte del trabajo llamada elaboración del Código Ético, va a efectuarse teniendo en cuenta el análisis hecho por José Félix Lozano Aguilar, a cerca de los Códigos éticos, en su obra denominada Códigos éticos para el mundo empresarial. Lozano, J. F. (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial.

El cuarto objetivo, es un objetivo a largo plazo, que consiste en expandir la empresa a otros países, es decir, internacionalizar la empresa, transmitiendo la importancia que tiene para nuestra empresa el hecho de que nuestro producto contribuya a mejorar la sociedad, puesto que no daña el medio ambiente, sino todo lo contrario, que lo protege, teniendo en cuenta, de esta manera, el futuro y el porvenir de la sociedad a la que la empresa sirve.

El quinto y último objetivo, consiste en la elaboración de un departamento dentro de la empresa, que ayude a países subdesarrollados al cultivo de este tipo de olivos, y la construcción de la infraestructura necesaria para poder lograr el aceite ecológico.

En segundo lugar, el Código Ético, es un texto que configura cuál es la filosofía empresarial de la empresa desde el punto de vista ético. Pues bien, la filosofía de la empresa ABRIL es la de cubrir, con nuestros productos, necesidades que presente la sociedad, teniendo en cuenta siempre el interés de la sociedad, pero a la vez buscando la obtención de un beneficio económico. La cuestión es la búsqueda por parte de la empresa ABRIL, de ser una empresa respetada y respetable, por lo que en todas las actuaciones que llevemos a cabo se tendrá en cuenta, además del interés de la empresa, el interés social (Smith, 1759). Siempre se buscará preservar con nuestras actuaciones el valor de la dignidad de la persona, siendo su imperativo ético, la igualdad en el trato a la hora del trabajo y la inexistencia de cualquier discriminación, ya sea por edad, sexo, ideologías, etc.

La finalidad de la elaboración de un Código de Ética para la empresa es garantizar la protección del individuo frente a posibles injusticias que pueda sufrir, al igual que proteger la imagen y reputación de la empresa, en este caso de la empresa ABRIL. Los Códigos de Ética, permiten establecer patrones, que permitan adelantarse a las situaciones injustas y devolver a la empresa al cauce ético correcto. Por este motivo, es de vital importancia la elaboración de un Código Ético correcto, tal como el que hemos elaborado en la empresa ABRIL y, que puede ser apreciado, en el anexo I.

Debemos de mencionar que en la elaboración del Código Ético no sólo deben de intervenir los directivos, pues de lo contrario, los mismos trabajadores puede ser que no se sientan identificados con lo que establece el Código Ético. Por ello, el Código Ético debe realizarse teniendo en cuenta también cuál es la opinión de los trabajadores de la

empresa. Esto es lo que se conoce como evaluación externa de la empresa desde el punto de vista ético. Por ello, la empresa ABRIL reúne a sus trabajadores con la intención de conocer cuáles son las normas que incluirían o que son importantes para ellos que debe contener un Código Ético. Esto nos ha llevado a la elaboración del Código Ético que está contenido en el Anexo I.

IV. CONCLUSIONES.

1. Mi iniciativa intelectual parte de la indignación por vivir en una realidad en la que lo predominante es la falta de ética de las empresas y la corrupción. Las empresas aceiteras no se escapan de esta realidad.
2. El modelo hegemónico de la maximización del beneficio económico instaurado en la mayoría de las empresas agrícolas es inadmisibles por ser destructivo tanto para la propia empresa como para la sociedad.
3. Ética y economía no son dos conceptos que van por separado, predicando la autonomía de la economía respecto de la ética, sino que ambos se relacionan estrechamente dependiendo la economía de la ética.
4. El bien intrínseco no puede ser la búsqueda del mayor beneficio posible a cualquier precio, sino que es necesario establecer un modelo alternativo en el que la idea predominante sea la obtención del mayor beneficio posible a la vez que se crea valor a la sociedad a la que sirve la empresa, sin llevar a cabo actuaciones contrarias a la ética, que serán controladas por la razón moral.
5. ABRIL establece un modelo alternativo en el que el empresario no busque su propio egoísmo, sino que debe tener en cuenta a todos aquellos que se ven afectados por las acciones de la empresa. Debemos de instaurar la razón moral en las tomas de decisiones de la empresa, a través de la figura del espectador imparcial establecida por Adam Smith.
6. ABRIL, frente al modelo hegemónico que únicamente busca el beneficio de sus propietarios, adopta el modelo alemán, que tiene en cuenta a todos los integrantes de la empresa en la toma de decisiones y también tiene en consideración las posibles consecuencias que tienen éstas para la sociedad.
7. Las empresas agrícolas no pueden tener en cuenta únicamente la visión extrínseca de la responsabilidad social, sino que deben incluir en sus empresas su visión

intrínseca, pues es ésta, la que va a determinar si una empresa actúa éticamente o no.

8. El Código Ético de la empresa ABRIL debe ser elaborado desde la colaboración de todas aquellas personas que están implicados con la empresa o que estén afectados por sus decisiones.

V. BIBLIOGRAFIA.

- Albert, M. (1993). *Capitalism against capitalism* (Vol. 1). John Wiley & Sons Incorporated.
- Argandoña, A. (2006). Economía de mercado y responsabilidad social. *Papeles de economía española*, (108), 2-9.
- Argandoña, A. (2007). La responsabilidad social de la empresa a la luz de la ética. *IESE Business School, Documento de investigación*, (708).
- Argandoña, A. (2007). Responsabilidad social de la empresa: ¿Qué modelo económico? ¿Qué modelo de empresa? *Documentación social*, 14.
- Argandoña, A. (2007). La corrupción y las empresas. *Recuperado de: <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-07-21.pdf>*.
- Argandoña, A. (2011). La ética y la toma de decisiones en la empresa/Ethics and Decision Making in Firms. *Universia Business Review*, (30), 22.
- Cortina, A. (1994). *Ética de la empresa: claves para una cultura empresarial*. Trotta, Valladolid.
- Cortina, A., & Conill, J. (2005). *Ética, empresa y organizaciones sanitarias. Ética de las organizaciones sanitarias*. Madrid: Triacastella, 15-32.
- De George, R. (2011). *Historia de la ética empresarial. Valores y ética para el siglo XXI*.
- Donaldson, T., & Dunfee, T. W. (1999). *Ties that bind: A social contracts approach to business ethics* (pp. 2-5). Boston: Harvard Business School Press.
- Felip, J. F., Parra, M. G., & Sedano, A. R. (1998). *La ética que necesita la empresa*. ProQuest.
- Friedman, Milton (1982). *Paro e inflación*. Unión Editorial.
- Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits. *Corporate ethics and corporate governance*, 173-178.
- García-Marzá, D. (2004). *Ética empresarial: del diálogo a la confianza*. Trotta.
- Laraña, I. C. (2013). *Ética y responsabilidad empresarial*. Desclée De Brouwer.
- Lozano, J. F. (2004). *Códigos éticos para el mundo empresarial*.
- Lozano, J. F. (2011). *Qué es la ética de la empresa*. Editorial Proteus.

- Pérez López, J. A. (1998). Liderazgo y ética en la dirección de empresas. *La nueva empresa del siglo XXI*.
- Robbins, L. (1971). *Autobiography of an Economist*. Springer.
- Smith, A. (1794). *La riqueza de las naciones* (Vol. 1). Oficina de Viuda e Hijos de Santander. Valladolid 1794.
- Smith, A. (2004). *Teoría de los sentimientos morales* (Vol. 2). Fondo de Cultura Económica.
- Stob, H. (1982). *Reflexiones Éticas: Ensayos sobre temas morales*. TELL.
- Villa Sánchez, J. A. (2015). Vida buena y acción en la ética de Paul Ricoeur. *Tópicos (México)*, (49), 163-207.

ANEXO I

Código Ético empresa ABRIL

Como hemos podido comprobar a lo largo del trabajo de fin de grado, es de vital importancia para la empresa la ética de los accionistas (en el caso de que los hubiese), de los propietarios y administradores y de los trabajadores de la propia empresa. Por este motivo, hemos desarrollado el presente Código ético de nuestra empresa:

1. Propietarios:

En el ejercicio de sus derechos y funciones:

- Deberán tratar la empresa como el instrumento al servicio de la sociedad que es, creando riqueza y beneficio a dicha sociedad, al igual que deben promover el desarrollo social sostenible, respetando el medio ambiente.
- Deberán tratar la empresa como una institución a largo plazo, sin focalizarse en la obtención de un enriquecimiento a corto plazo.
- Conseguir un equilibrio entre capital y trabajo, de manera que los trabajadores perciban un salario justo al trabajo realizado.
- Nombrar a los directivos y administradores, debiendo reunir éstos los requisitos de experiencia y formación necesarios para garantizar una gestión de la empresa ética y responsable.
- Defender los valores de la empresa junto con su Código Ético.

2. Directivos y Administradores:

a) En el ejercicio de sus funciones:

- Realizar sus funciones y sus actividades de forma ética y responsable.
- Cumplir y hacer cumplir el Código Ético de la empresa.
- Establecer los mecanismos necesarios para hacer conocer el contenido del Código Ético de la empresa.

- Emitir informes periódicamente a los propietarios, acerca de la situación y perspectivas de la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir los principios de contabilidad, al igual que mantener los libros y registros de la empresa con exactitud y honestidad.
- Facilitar a los auditores y al resto de mecanismos de control, la información necesaria para que, éstos puedan llevar a cabo su trabajo.
- Priorizar los intereses de la sociedad y de la empresa a los intereses propios.
- Comunicar inmediatamente a los propietarios cualquier situación que pueda poner en peligro a la empresa.
- Elegir a sus trabajadores atendiendo a los principios de mérito y capacidad, que se defienden en este Código.

b) En su relación con clientes y proveedores:

- Actuar o relacionarse de forma ética y lícita con los proveedores.
- Tener una relación únicamente con proveedores que promuevan los valores éticos que sigue nuestra empresa, rompiendo la relación con aquellos que incumplan la ley o puedan poner en peligro la reputación de la empresa.
- Garantizar la excelencia de los bienes y servicios que se ofrecen a los clientes de la empresa, logrando en éstos, la satisfacción esperada.

c) En relación con competidores:

- Garantizar la competencia leal con el resto de competidores.
- Evitar tener una posición abusiva en el mercado, como consecuencia de tener una posición privilegiada o dominante.
- Actuar de forma ética en todo momento.

d) En relación con los trabajadores:

- Tratar con dignidad, respeto y justicia a los empleados en todo momento.
- Garantizar el derecho a la igualdad, sin que sea admisible ningún tipo de discriminación en la empresa.
- Perseguir y condenar cualquier acto de violencia o abuso o acoso.

- Garantizar el derecho de sindicación de los trabajadores.
- Garantizar la seguridad e higiene necesarias para poder desempeñar el trabajo con unas condiciones excelentes.
- Lograr un equilibrio entre la vida laboral y la vida personal y familiar de los empleados, garantizándola.
- Promover la integración en el trabajo de las personas que presente algún tipo de minusvalía o discapacidad.

e) En relación con la sociedad:

- Respetar y garantizar el cumplimiento de los derechos humanos.
- Mantener la neutralidad política.
- Mantener una relación con las instituciones públicas basada en el respeto y en la licitud, evitando cualquier situación que pueda generar un acto que sea considerado contrario a la ética y a los valores de la empresa.
- Evitar cualquier aportación económica a los partidos políticos.
- Actuar siendo respetuoso con el medio ambiente.
- Cooperar con fundaciones que ayuden a la sociedad.