
Revisión de la influencia de los criterios deontológicos en la empresa del siglo XXI: significado, alcance y repercusión sectorial

Review of the Influence of Deontological Criteria in the Company of the XXI Century: Meaning, Scope and Sectorial Repercussion

RECIBIDO: 16 DE MARZO DE 2021/ACEPTADO: 10 DE JUNIO DE 2021

VÍCTOR TALAVERO CABRERA

CEDEU/URJC

SERGIO GARCÍA-MAGARIÑO

I-Communitas, Institute for Advanced Social Research
Universidad Pública de Navarra
ORCID: 0000-0002-0562-3800
sergio.garciam@unavarra.es

Resumen

Con una perspectiva global de la economía, se estudian los retos de carácter deontológico que se plantean en las empresas motivados por sus procedimientos y prácticas. Como la operativa comercial no atiende a fronteras, las empresas deben adoptar criterios deontológicos específicos, aplicables a los determinados sectores económicos donde desarrollan su objeto social, con el objetivo de establecer normas que les permitan estar respaldadas por los diferentes ordenamientos jurídicos. La elaboración de códigos deontológicos puede ayudar a identificar la cultura empresarial de cada organización, a definir las responsabilidades inherentes y, en su caso, a determinar las repercusiones y las obligaciones concretas de cada actividad.

Palabras clave: Deontología Profesional, Ética Empresarial, Código Deontológico, Cultura Empresarial

Abstract

This paper approaches, in the light of a global perspective of economy, the ethical challenges that companies must address in relation to their practices and procedures. Given that business work is not bounded by frontiers, companies have to create and to adopt deontological codes suitable for the sector they belong to in order to set certain rules underpinned by any juridical framework. Building deontological codes, therefore, might assist to identify the organizational culture of companies, to define and assign responsibilities and, in the needed event, to determine the repercussions and obligations of every activity.

Keywords: Professional Deontology, Companies's Ethics, Deontological Codes, Organizational Culture

I. INTRODUCCIÓN: PROCEDIMIENTOS EMPRESARIALES

Al igual que la situación producida en Atenas, tras la derrota frente a Esparta, fue considerada por filósofos del prestigio de Russell¹ o De Crescenzo² como una situación de crisis que daría lugar a nuevas vertientes para el pensamiento y que conllevaría el desarrollo de novedosas doctrinas filosóficas, hoy en día, tal y como plantea el pensador Innerarity³, también se requieren nuevos conocimientos que permitan superar coyunturas como la actual. Las empresas, independientemente de su tamaño o volumen de facturación, harían bien en adaptarse a las exigencias de los tiempos vigentes, sobre todo (por su especial trascendencia) en términos de responsabilidad social. Además, las empresas ya disponen de referencias regladas que no sólo contemplan sus relaciones con las personas, sino que también consideran áreas como los derechos humanos, el medio ambiente, los estándares laborales y anticorrupción⁴, principios que aparecen recogidos en el Global Compact de Naciones Unidas. Investigadores como Alonso⁵ proponen un replanteamiento del papel que juegan las empresas en el mundo actual. Cortina⁶ y Marín⁷ también se postulan en el mismo sentido al defender que la operativa empresarial no debe excusarse en la globalización o en las legislaciones nacionales o internacionales vigentes para eludir sus responsabilidades sociales. Persistir en situaciones de crisis dificulta las actuaciones a nivel comercial y la dirección empresarial⁸, y en determinados casos “despista”, ya que los esfuerzos parecen centrarse en intentar generar flujos monetarios sin importar los medios ni las personas que hacen posible la supervivencia de las organizaciones (la ganancia de capital prima sobre cualquier otro factor).

El equilibrio entre la obtención de beneficios y la valoración de las personas –quienes con su trabajo y cooperación hacen posible el cumplimiento del objeto social de las empresas donde se encuentran empleados– es completamente posible. Esta afirmación se demuestra, por ejemplo, en conceptos tan económicos como la propia valoración de empresas, reflejada en publicacio-

1 Russell, B. (2004).

2 De Crescenzo, L. (1997).

3 Innerarity, D. (2011).

4 De Yzaguirre, F. (2015).

5 Alemán Alonso, J. J. (2013).

6 Cortina, A. y Conill, J. (1996).

7 Serrano Marín, V. (2004).

8 Talavero Cabrera, V. (2013) y (2015), nº 40, pp. 1-15.

nes como la de Caballer⁹ o Montero¹⁰. Si bien se emplean mayoritariamente numerosos métodos valorativos-matemáticos con la finalidad de hallar el valor (económico) de un determinado ente empresarial, es una realidad que, en la mayoría de los mencionados procedimientos de valoración, se obvia el valor de la persona. Este valor es uno de los activos más destacados en las compañías y supone uno de sus bienes fundamentales para que las empresas puedan funcionar y cumplir sus objetivos en el sistema económico. El valor humano no se suele integrar en las operaciones valorativas. Es frecuente que el personal aparezca, únicamente, como una cuenta de gasto, en términos de retenciones y de seguridad social. Si la metodología de cálculo de valor económico se complementara con el cálculo del valor humano, el resultado obtenido se aproximaría con mayor exactitud y certeza al valor real. Con estas maneras de proceder y de valorar, el ser humano volvería a adquirir un papel protagonista en la sociedad, rol que le situaría jerárquicamente en un nivel superior con respecto a las máquinas, el dinero o las empresas.

En la actualidad, sin embargo, ya hay organizaciones que, afortunadamente, pueden servir de ejemplo. El hecho de que un gran número de empresas se escuden en argumentos y justifiquen con datos económicos sus decisiones, las cuales supuestamente les impiden cumplir con sus responsabilidades en términos sociales, merece un escrutinio profundo. Mediante la comparación se logra discernir entre las excusas y los hechos, evitando que las luces y las sombras distorsionen la realidad, circunstancia planteada en “el mito de la caverna” por el filósofo Platón. Al igual que en términos jurídicos se emplea la afirmación “el desconocimiento de la ley no exime de su cumplimiento”¹¹, las empresas no deben ampararse en la ignorancia de la realidad social para obviar las repercusiones que tienen sus actividades sobre las personas. Las personas no solo integran las sociedades, sino que también crean y conforman las empresas. Por este hecho, sería absurdo que las personas se olvidaran de las personas, independientemente del lugar, posición o estructura donde se encontrasen (viviendo, trabajando, aprendiendo...). Volviendo a la filosofía platónica, la penumbra y la oscuridad podrían llegar a justificar cierta inacción, pero cuando la luminosidad y la claridad dejan en evidencia la lacra social que suponen ciertas acciones empresariales, no existen ni acciones ni alegaciones racionales que imposibi-

9 Caballer, V. (1998).

10 Montero Tamayo, P. (2011), n° 01.

11 Rubio Moreno, L. M. (2006), n° 12; Alcaraz, E. y Hughes, B. (2002).

liten la inmediata reacción. En diversas ocasiones la filosofía puede parecer una materia exclusiva para ciertas figuras del pensamiento como ideólogos y teóricos. Sin embargo, esta disciplina es de gran utilidad para transformar los conceptos teóricos en desarrollos prácticos. Estudiosos y expertos como Chalmers¹² también se posicionan en este sentido porque en sus publicaciones se puede observar la relación y la complementación entre la filosofía y la ciencia.

La palabra deontología, que la RAE¹³ define como “ciencia o tratado de los deberes”, fue ideada por el economista y filósofo Jeremy Bentham, incluyéndola y definiéndola en su obra *Deontología o la Ciencia de la Moral*¹⁴ como “...teoría del deber o ciencia de los fundamentos del deber y las normas morales, y se caracteriza por considerar los contenidos éticos desde un punto de vista no sólo normativo, sino descriptivo e incluso prescriptivo”. Por lo tanto, conforme a la definición anteriormente reflejada, es importante conocer y distinguir entre lo que es conveniente hacer, lo que conviene hacer y lo que cada individuo está dispuesto a hacer; precisión que permitiría afirmar que “la deontología es por tanto un intento de conciliar esos tres aspectos”¹⁵. Así el término de deontología profesional se concibe cuando esta teoría se aplica al estricto campo profesional; es la que determina los deberes que son mínimamente exigibles a los profesionales en el desempeño de su actividad, teniendo en cuenta los criterios éticos socialmente aceptables, así como los principios y la concepción de igualdad vigentes y aplicables en esa actividad.

Es habitual que estos deberes se plasmen en documentos (con diversa denominación: código, protocolo, etc.) que tienen como objetivo fijar pautas de actuación para los individuos que realizan una actividad o profesión. Documentos que explicitan, previamente y para general conocimiento, los criterios generales con que actuarán los profesionales de una actividad, mencionando los criterios que aplicarán sobre ética, normativa e igualdad. Esos documentos son el conjunto de criterios que, como autorregulación, formulan y asumen quienes llevan a cabo una actividad profesional; una declaración “deontológica” con los valores y normas que aplicarán (documento de garantía de la forma en que actuarán).

12 Chalmers, A. F. (2000).

13 <http://www.rae.es/>

14 Bentham, J. (1836).

15 Talavero Cabrera, V. (2016).

II. INFLUENCIA DEL “UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT” Y DE LOS PRINCIPIOS RECTORES EN LA ÉTICA Y LA PRÁCTICA EMPRESARIAL.

Las investigaciones que profundizan y estudian la adaptación de los diez principios recogidos en el Global Compact de Naciones Unidas¹⁶ en las empresas, aquellas que se centran en estudiar la relación de los sistemas económicos con respecto a los Derechos Humanos¹⁷ y las investigaciones que ahondan en conceptos como los Principios Rectores¹⁸ profundizan en el estudio de la relación entre ética y empresa.

Conforme al ABC de Naciones Unidas¹⁹, el Global Compact, promovido en julio de 2000, es una iniciativa que reúne a empresas privadas con organismos de las Naciones Unidas (NN.UU.), gobiernos, organizaciones sindicales y no gubernamentales con el objeto de promover principios reconocidos universalmente en el ámbito de los derechos humanos, el trabajo, la lucha contra la corrupción y el medio ambiente. Diversas empresas, grupos sindicales nacionales e internacionales y centenares de organizaciones de la sociedad civil de 130 países colaboran con las Naciones Unidas (NN.UU.) para promover un conjunto de principios reconocidos universalmente. Por lo tanto, es una iniciativa voluntaria en la cual las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: derechos humanos [Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia; Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.], estándares laborales [Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción; Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil; Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.], medio ambiente [Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio

16 <https://www.unglobalcompact.org/>.

17 <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>.

18 http://www.ohchr.org/Documents/Issues/Business/IntroductionsGuidingPrinciples_sp.pdf.

19 Publicación explicativa (2012) de la Organización de Naciones Unidas.

ambiente; Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental; Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.] y anti-corrupción [Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.].

El Global Compact de Naciones Unidas tiene dos objetivos claramente definidos:

1. Incorporar los diez principios en las actividades empresariales que la empresa realiza, tanto en el país de origen, como en sus operaciones alrededor del mundo.

2. Llevar a cabo acciones que apoyen los objetivos de desarrollo de Naciones Unidas (NN.UU.), como por ejemplo los ODMs²⁰.

Conforme al ABC de Naciones Unidas, el Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas (NN.UU.) aprobó los Principios Rectores en su 21º periodo de sesiones celebrado en septiembre de 2012. Basados en las normas y principios internacionales de derechos humanos, los Principios Rectores ofrecen por primera vez directrices normativas mundiales que se centran específicamente en los derechos humanos de las personas que viven en la pobreza. Tienen por objeto servir de herramienta práctica para que los encargados de la formulación de medidas puedan asegurar que las políticas públicas (incluidos los esfuerzos de erradicación de la pobreza) lleguen a los miembros más pobres de la sociedad, respeten y hagan cumplir sus derechos, y tengan en cuenta los importantes obstáculos sociales, culturales, económicos y estructurales que impiden a las personas que viven en la pobreza disfrutar de los derechos humanos.

El estudio conjunto de ambos, el Global Compact de Naciones Unidas y los Principios Rectores, se debe a que, a nivel mundial, es necesario que las prácticas empresariales estén en consonancia con las principales iniciativas y directrices internacionales diseñadas para consolidar la relación entre la economía y los derechos humanos. El cumplimiento del contenido de las dos referencias por parte de las empresas es fundamental. En el ámbito de la empresa, a fin de evitar daños a las personas y al medio ambiente, debería

20 <http://www.un.org/es/millenniumgoals/>

coordinarse un enfoque regulatorio que combine tanto marcos legales impositivos como códigos éticos y morales. Los enfoques exclusivamente legalistas parecen poco efectivos puesto que la empresa se ha globalizado, pero los sistemas legales, en ausencia de instituciones internacionales con poder real, siguen estando circunscritos al Estado-nación. Buscar mecanismos que recompensen comportamientos éticos, por lo tanto, podría ser una estrategia a considerar. En esta misma línea, el marco ético constituido por los conocidos principios del “United Nations Global Compact” y los Principios Rectores podría considerarse como el más novedoso, dentro de las tendencias que no ponen en cuestión el orden económico existente (proponen cambios, pero no una ruptura).

Es tal la relevancia del Global Compact de Naciones Unidas y los Principios Rectores, que numerosos autores (como, por ejemplo, García Magariño²¹) los incluyen en estudios de diversa índole con el objeto de analizar su repercusión y alcance.

III. DEONTOLOGÍA PROFESIONAL: DISCIPLINA EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

La deontología profesional puede considerarse como aquella disciplina relacionada con el ámbito de los negocios²² que se focaliza en la ética aplicada a las profesiones, la cual examina principios éticos y analiza supuestos y controversias de carácter ético-moral relativos a contextos empresariales-profesionales²³. Se aplica tanto a conductas corporativas como a comportamientos individuales (los cuales caracterizan, indudablemente, a las empresas). La ética aplicada a las profesiones, deontología profesional, es de aplicación a numerosos sectores, como, por ejemplo, el sector médico²⁴, jurídico²⁵, económico²⁶ o en el sector relativo a la educación²⁷. La disciplina puede considerarse una especialidad dentro de los estudios relativos a los campos anteriormente mencionados. No obstante, cabe destacar y concretar su naturaleza y alcance, que

21 García Magariño, S. (2013) y (2016).

22 Jover Olmeda, G. (2009), p. 2.

23 Hortal Alonso, A. (2002).

24 Correa Díaz, A. M. y Valencia Arias, A. (2017).

25 De La Torre Díaz, F. J. (2000).

26 Martín Llaguno, M. y Hernández Ruiz, A. (2010).

27 Merino, E. S. V. (2017).

se basan meramente en la normativa existente. La transformación social y el desarrollo de los derechos relativos a las profesiones configuran esta materia. En consecuencia, la deontología profesional se puede definir como una materia que se encuentra en constante evolución.

¿Ética en los negocios? Es pertinente plantear esta pregunta debido a que numerosos autores²⁸ han atribuido a los mercados, marco de actuación de profesores y empresas, ciertos calificativos que, a priori, podrían ser contrarios tanto a la ética como a la moral, como, por ejemplo, el individualismo, el lucro, la competencia, etc. Además, en la actualidad se advierte cómo dichas atribuciones no son exclusivas del plano teórico, sino que se reflejan en ciertas operativas prácticas de empresas, tanto nacionales como internacionales, basadas en evidenciar una cultura alejada de lo ético y centrada en criterios meramente económico-capitalistas. Como las repercusiones de las actuaciones empresariales afectan, sin lugar a dudas, a su entorno social, ya sea interno (directivos, directores, jefes, supervisores, trabajadores, etc.) o externo (consumidores, usuarios, competidores, familias, etc.), deben evaluarse para analizar sus aspectos positivos y corregir los negativos. Las decisiones adoptadas en el marco de los negocios configuran las políticas de actuación de los intervinientes, que se relacionan en dicho contexto. Por ello, la deontología profesional se manifiesta como una materia de gran importancia a la hora de estudiar qué alternativas elegir teniendo en cuenta los efectos y repercusiones que las decisiones adoptadas tendrán sobre el entorno.

La ética en los negocios ha evolucionado a lo largo del tiempo junto a las sociedades y las empresas. En los inicios, eran las élites quienes únicamente marcaban la pauta. Sin embargo, tras las guerras mundiales y, especialmente, de los años 1980 en adelante, numerosos escándalos a nivel nacional e internacional, han demostrado la importancia que supone aplicar patrones éticos en los negocios porque la estabilidad política, económica y social depende directamente de ello. Los fundamentos empresariales que definen la cultura corporativa son objeto de estudio desde una perspectiva deontológica, debido a que los pilares que sustenta cualquier estructura empresarial deben ser lo suficientemente sólidos, firmes, consistentes y fiables para asegurar que ningún integrante pueda poner en riesgo los valores que sustentan y respaldan. La deontología profesional es una disciplina que va ligada a la filosofía de los negocios²⁹. Uno de sus propósitos fundamentales es determinar los objetivos fun-

28 Etxezarraga, J. S. (1996).

29 Colomón, R. C. (1995).

damentales de cada empresa. Determinar si el objeto social está orientado únicamente a la búsqueda del beneficio individual (beneficios individuales para accionistas, socios, empresarios) o para generar, además, retornos positivos en el ámbito social es importante para evaluar el valor real de cada negocio en los mercados en los que interviene y en los entornos donde se desarrolla.

IV. DEONTOLOGÍA PROFESIONAL EN EL SECTOR FINANCIERO Y PRODUCTIVO

En el sector financiero convergen varias disciplinas en cuanto a los fundamentos básicos que le definen. Ejemplos de ello serían la economía, el derecho, la sociología o la filosofía. Definir una política de financiación, estimar una determinada distribución de dividendos, evaluar alternativas de inversión, valorar estrategias de diversificación, etc. es compatible con la toma de decisiones basadas en la ética³⁰. Es cierto que las mayores controversias en el ámbito financiero conciernen al ámbito jurídico (interpretaciones de legislaciones, aplicaciones, etc.), pero no se debe olvidar que cualquier abuso o ilegalidad en este terreno también tiene unas connotaciones éticas innegables. Por ello, deben analizarse y valorarse las consecuencias de los actos inherentes a las prácticas empresariales. La empresa, desde el punto de vista financiero, se concibe como una red compleja en la que intervienen relaciones contractuales entre varios grupos de interés. Desde la perspectiva personal de aquellos relacionados en la compleja red anteriormente mencionada se podrían concebir como individuos racionales que buscan ventajas competitivas para obtener los mayores beneficios económicos posibles (en un gran número de casos la obtención de beneficios se persigue individualmente).

La deontología profesional aplicada al sector financiero no solo debe asegurar prácticas que cumplan con la legislación vigente o con los objetivos marcados por la dirección para garantizar mayores beneficios a los accionistas, sino que también debe velar por desarrollar prácticas empresariales que no dañen a la sociedad ni a su entorno. Con esos objetivos, la deontología profesional debe ocuparse de evitar y, en su caso, revertir operativas basadas en elaborar una contabilidad creativa, falsear informes financieros, manipular los mercados, asignar partidas incontroladas (opacas) de gasto injustificado, sobornar y mantener relaciones inadecuadas con responsables de organismos públicos.

30 Talavero Cabrera, V. (2015).

Las empresas tienen el deber de garantizar que los procesos empleados en la producción no generen impactos negativos sobre todos aquellos relacionados con el producto final. Es cierto que, en numerosos supuestos, el riesgo es inherente al proceso productivo; sin embargo, la deontología profesional aplicada al sector productivo debe evaluar el grado de permisibilidad y determinar la consideración del concepto “riesgo aceptable”, todo ello conforme a la legislación vigente. Con esos objetivos, la deontología profesional debe ocuparse de evitar y, en su caso, revertir operativas basadas en trabajar con materiales nocivos para la salud sin la seguridad necesaria, generar efectos negativos sobre el medio ambiente o emplear la tecnología para fomentar la producción sin contemplar posibles alteraciones en el producto.

V. DEONTOLOGÍA PROFESIONAL EN EL SECTOR CONTABLE Y DE LA AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES

Especialistas en la materia de contabilidad y auditoría de cuentas anuales, como el presidente del Ilustre Colegio Central de Titulados Mercantiles y Empresariales de Madrid, analizan en sus publicaciones³¹ el contexto relacionado con el comportamiento ético de los auditores. La responsabilidad y actuación de los auditores de cuentas está regulada en el art. 2.3 de la LAC y en el art. 19.1. del RAC. Ambos determinan que tanto la responsabilidad como la actuación deben estar presididas por el principio de interés público que conlleva la actividad de auditoría. Por tanto, los auditores de cuentas, en el ejercicio de su actividad, han de tener en consideración y actuar en todo caso con sujeción a las normas de ética que incluyen, al menos, los siguientes principios éticos, propios de su función de interés público: competencia profesional, diligencia debida, integridad y objetividad, sin perjuicio de lo establecido respecto a los siguientes deberes relacionados con el escepticismo y juicio profesional y con la independencia del auditor. Con fecha 7 de septiembre de 2012 se constituyó en el seno del ICAC³² un Grupo de Trabajo sobre Normas de Ética que está trabajando sobre la base del código ético de la IFAC³³. Conforme al art. 19.2 del RAC, los auditores de cuentas y sociedades de auditoría han de promover un entorno laboral y corporativo de integridad y respeto a los principios y normas de ética que rigen la actividad de auditoría de cuentas.

31 Acevedo Heranz, E. J. (2013).

32 <http://www.icac.meh.es/>

33 <https://www.ifac.org/>

Con el objeto de continuar profundizando en los principios reflejados con anterioridad, conviene analizar en primer lugar las implicaciones derivadas de la competencia profesional. Esta, conforme al art. 19.1.a. del RAC, implica que los auditores de cuentas deben mantener sus conocimientos teóricos y prácticos en el nivel requerido para asegurar que las entidades auditadas y los usuarios de la información financiera reciban con plena confianza un óptimo servicio. Estos conocimientos adquiridos han de ser mantenidos a lo largo del tiempo, por lo que los auditores de cuentas deberán realizar actividades de formación continuada y actualización permanente. El Código de Ética de IFAC (100.5.c. y 100.5.e.) ayuda a completar el análisis preliminar sobre la competencia profesional. En este supuesto, del Código se deriva que la competencia profesional implica mantener el conocimiento y la aptitud profesionales al nivel necesario para asegurar que el cliente o la entidad para la que trabaja reciben servicios profesionales competentes, basados en los últimos avances de la práctica, de la legislación y de las técnicas. También se deriva que un comportamiento profesional exige cumplir las disposiciones legales y reglamentarias aplicables y evitar cualquier actuación que pueda desacreditar a la profesión.

En segundo lugar, las implicaciones derivadas de la diligencia profesional debida se pueden consultar tanto en el art. 19.1.b. del RAC como en el Código de Ética de IFAC (100.5.c, 150.1. y 150.2.). Se hace referencia al especial cuidado y atención que deben prestar los auditores de cuentas a conocer y aplicar la normativa reguladora de su actividad, para que las conclusiones alcanzadas en la realización del trabajo de auditoría estén debidamente soportadas y justificadas. La diligencia implica actuar de conformidad con las normas técnicas y profesionales aplicables; el principio de comportamiento profesional impone la obligación de que al auditor de cuentas se le exija cumplir con las disposiciones legales y reglamentarias, así como abstenerse de realizar actuaciones que puedan afectar a la imagen y prestigio de la actividad de auditoría. Al realizar acciones promocionales el auditor de cuentas no pondrá en entredicho la reputación de la profesión, evitando efectuar afirmaciones exageradas sobre los servicios que ofrecen su capacitación o la experiencia que poseen, o realizar menciones despreciativas o comparaciones sin fundamento en relación con el trabajo de otros auditores de cuentas o sociedades de auditoría. Además, el Tribunal Supremo se refiere, en la sentencia de 15 de Noviembre de 2004, al grado de diligencia exigido al auditor al establecer que "... es indudable que la cualificación profesional para ejercer la profesión de auditor, unido al encargo concreto para realizar los trabajos de auditoría, se

traduce en una serie de potestades y deberes para los nombrados, ...; el descuido en el ejercicio de esas facultades, implica un grado de negligencia o culpa suficiente para entender satisfecha, desde la óptica constitucional, la exigencia de responsabilidad”.

En tercer lugar, las implicaciones derivadas de la integridad se pueden consultar tanto en el art. 19.1.d. del RAC como en el Código de Ética de IFAC (100.5.a., 110.1., 110.2. y 110.3.). En ellos se impone a los auditores de cuentas la obligación de ser francos y honestos en el ejercicio de su actividad, así como la obligación de actuar con rectitud y compromiso ante cualquier circunstancia que pueda suponer un conflicto de intereses. Implica también justicia en el trato y sinceridad. El auditor de cuentas no puede emitir informes, declaraciones, comunicaciones u otra información si es consciente de que contiene una afirmación materialmente falsa o que induce a error. Tampoco afirmaciones o información proporcionada de manera irresponsable, o que omita u oculta información que debe ser incluida, puesto que de no hacerse se estaría induciendo a error. Asimismo, debe adoptar las medidas necesarias para desvincularse de la misma o emitir un informe de auditoría que contenga una salvedad en relación con ese aspecto concreto.

En cuarto lugar, las implicaciones derivadas de la objetividad se pueden consultar tanto en el art. 19.1.c. del RAC como en el Código de Ética de IFAC (120.1., 100.5.b. y 120.2.). En dichas referencias se relaciona la figura de los auditores con una actuación imparcial y sin conflicto de intereses que pudieran comprometer su independencia. No puede, en ningún caso, comprometer su actuación por influencias indebidas, favoritismos o prejuicios, ni tener intereses ajenos que puedan afectar a la forma de plantear y realizar un trabajo de auditoría o que puedan afectar a la formación de un juicio imparcial. La objetividad implica no permitir que prejuicios, conflictos de intereses o influencia indebida de terceros prevalezcan sobre los juicios profesionales o empresariales. El auditor de cuentas puede estar expuesto a situaciones que pudieran afectar a su objetividad y no prestará el servicio si una circunstancia o una relación afectan a su imparcialidad o influyen indebidamente en su juicio profesional con respecto a dicho servicio. Finalmente, y relacionado con el texto que antecede, es destacable que el auditor o sociedad de auditoría, conforme al art. 5.2 de la LAC y al art. 7.2 del RAC, puede dejar de emitir el informe de auditoría o renunciar a continuar el contrato de auditoría siempre que existan amenazas que pudieran comprometer de forma grave su independencia u objetividad.

En quinto lugar, las implicaciones derivadas de la conservación y custodia se pueden consultar tanto en el art.30 de la LAC como en el art. 58 del RAC. En esas referencias se relaciona a los auditores de cuentas y a las sociedades de auditoría con la conservación y custodia, durante un plazo de cinco años, a contar desde la fecha del informe de auditoría, la documentación referente a cada auditoría de cuentas por ellos realizada: los papeles de trabajo del auditor que constituyan las pruebas y el soporte de las conclusiones que consten en el informe, así como la demás documentación, información, archivos y registros a los que se refiere la sección 4ª de la LAC, relativa a la organización interna del trabajo de los auditores de cuentas y de las sociedades de auditoría.

En sexto lugar, las implicaciones derivadas del secreto se pueden consultar tanto en el art. 31 de la LAC como en el Código de Ética de IFAC (100.5.d., 140.1., 140.2., 140.3., 140.4., 140.5., 140.6. y 140.7.). Obligan al auditor de cuentas firmante del informe de auditoría, a la sociedad de auditoría, así como a los socios de ésta, a los auditores de cuentas designados para realizar auditorías en nombre de la sociedad de auditoría y a todas las personas que hayan intervenido en la realización de la auditoría, a mantener el secreto de cuanta información conozcan en el ejercicio de su actividad, no pudiendo hacer uso de la misma para finalidades distintas de las de la propia auditoría de cuentas. El deber de secreto se establece en la LAC sin perjuicio del deber de denuncia contemplado en el artículo 262 de la Ley de Enjuiciamiento Criminal y su invocación no impedirá la aplicación de lo dispuesto en la LAC y en el Reglamento UE 537/2014, de 16 de abril en relación al deber de secreto. El deber de secreto exige respetar la confidencialidad de la información obtenida en el transcurso de la realización del trabajo del auditor y no revelar esa información a terceros, salvo que exista una obligación legal de revelarla, como, por ejemplo, la entrega de documentos o de otro tipo de evidencia en el curso de procesos judiciales o la revelación a las autoridades públicas competentes de incumplimientos de las disposiciones legales, o una autorización adecuada y específica de la entidad auditada para revelarla. También exige no hacer uso de la información en provecho propio o de terceros. El auditor de cuentas mantendrá la confidencialidad de la información que le ha sido revelada por un potencial cliente o por la entidad para la que trabaja incluso en el entorno no laboral, estando atento a la posibilidad de una divulgación inadvertida a un socio cercano, un familiar próximo o a un miembro de su familia inmediata y dentro de la firma o de la entidad para la que trabaja, debiendo tomar medidas razonables y adecuadas para asegurar que el personal a su

cargo, y las personas de las que obtiene asesoramiento y apoyo, también respetan el deber de confidencialidad. Por último, se debe mencionar que la necesidad de cumplir el principio de confidencialidad continúa incluso después de dejar de auditar a la entidad auditada.

Por lo tanto, el Código de Ética mencionado y publicaciones como las de Sierra Molina y Manuel Orta³⁴ se pueden considerar trabajos que tratan de garantizar respuestas adecuadas y profesionales de aquellos auditores que se ven involucrados en dilemas de carácter ético al realizar su actividad.

VI. DEONTOLOGÍA PROFESIONAL EN EL SECTOR JURÍDICO Y DE LOS RECURSOS HUMANOS

En algunas ocasiones, las empresas defienden actuaciones cuestionables desde una perspectiva ética, amparándose en el cumplimiento de la legislación. Sin embargo, este procedimiento debe revisarse³⁵, ya que es cuestionable que el mero cumplimiento de la ley sea suficiente para satisfacer las necesidades sociales. Las leyes, como las sociedades, evolucionan con el tiempo. Por ello, las conductas empresariales deben fomentar y ayudar a que el desarrollo se produzca. El progreso económico, legislativo y social está interrelacionado. En consecuencia, las empresas se conciben como organizaciones muy relevantes, ya que, mediante sus prácticas, pueden establecer precedentes que impulsen dicha evolución. Las empresas deben emplear a personas que tengan entre sus objetivos el cumplimiento del objeto social de cada una de ellas, finalidad que debe ser competencia de administradores, empresarios, directores, supervisores, jefes de departamento, administrativos, etc.). Las contrataciones de personal, la formación y las relaciones inherentes a la organización formal de la compañía son, también, competencias específicas de la deontología en este sector; la gestión de personal debe garantizar condiciones de igualdad y la dignidad en el trabajo.

En el marco de las relaciones laborales no son aspectos negociables el derecho a un trabajo digno, el ser retribuido justamente de conformidad a la labor desempeñada ni el derecho a garantizar la privacidad de cada una de las personas relacionadas con la organización. Existen convenios colectivos que

34 Sierra Molina, G. y Orta Pérez, M. (2005).

35 Vila Ramos, B. y Ancos Franco, H. (2013).

apuntalan estos derechos y también normativa (tanto nacional como internacional) que los contempla. Sin embargo, es un hecho que las empresas no pueden conformarse con diseñar propuestas de mínimos encaminadas exclusivamente a su cumplimiento. Deben ser ambiciosas y tener una finalidad de superación, aspirando a establecer políticas de máximos que generen precedentes positivos en el sector y en la propia estructura de la compañía. El éxito empresarial depende directamente de ello. Una gran ventaja competitiva sobre el resto de compañías puede fundamentarse en tener trabajadores contentos en su puesto de trabajo y satisfechos con la cultura empresarial. Con esos objetivos, la deontología profesional debe ocuparse de evitar y, en su caso revertir, operativas basadas en la discriminación (edad, género, raza, religión o discapacidad), en la esclavitud, en la servidumbre, en atentar contra la privacidad de los empleados o en fomentar condiciones de trabajo que impliquen riesgo o afecten contrariamente a la salud de las personas.

VII. DEONTOLOGÍA PROFESIONAL EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

Con la era de la globalización las empresas comienzan a desarrollar su objeto social en diversos países, los cuales tienen diferentes culturas y contextos jurídicos³⁶. Por lo tanto, es importante investigar sobre valores universales que respalden las operativas comerciales internacionales que respeten las particularidades, las tradiciones, los hábitos y las costumbres de cada país. La forma en que las multinacionales tratan de obtener ventajas competitivas y, en consecuencia, diferenciarse, no puede basarse únicamente en obtener los permisos necesarios ni en cumplir la legislación vigente del país donde se establece, sino que tiene que adoptar una posición más ambiciosa fundamentada en intentar realizar acciones que estén respaldadas, además, por la legislación del país de origen (lo que conllevaría adoptar una propuesta de máximos).

No sólo la información financiera de una empresa es importante para consolidar su posición, sino que, cada vez más, es capital proyectar una imagen positiva de la misma, basada, entre otros aspectos, en el reflejo de las acciones con repercusión social positiva que ésta fomenta. La expansión a otros países por parte de las empresas puede ser una gran oportunidad de progreso para ellas. Por ello, las compañías y los organismos públicos deben trabajar juntos

36 Marín-Lozano, O. (2014).

con esa finalidad. Con esos objetivos, la deontología profesional debe ocuparse de evitar y, en su caso, revertir operativas basadas en incumplir las legislaciones de aplicación, en dinamitar los derechos de los trabajadores extranjeros, en dañar el medio ambiente y en no respetar la cultura original.

CONCLUSIONES: CULTURA EMPRESARIAL COMO PARADIGMA DEL DESARROLLO DE POLÍTICAS ÉTICAS

Es un hecho que, en la actualidad, un gran número de empresas opta por diseñar políticas internas que sirvan como guía de un comportamiento ejemplar dirigidas hacia sus empleados y clientes. Estas políticas varían según su formulación: pueden ser simples normas de comportamiento general o específicas (diseño que implica numerosos detalles de comportamiento en situaciones concretas). Generalmente estas políticas empresariales internas representan las expectativas que cada compañía tiene de sus empleados y suelen estar pensadas con el objeto de responder a problemas de índole ética.

Independientemente del grado de dificultad que implique el desarrollo de ciertas políticas (ya sean generales o específicas), es necesario que todos aquellos que tengan entre sus funciones aplicarlas reciban formación adecuada para ello, como, por ejemplo, cursos o seminarios en los que se traten supuestos reales. La situación ideal en este sentido sería conseguir que los códigos éticos de las empresas se viesan representados en las prácticas corporativas para así poder identificar claramente una cultura empresarial consecuente.

La cultura empresarial ética debe fomentar políticas que estén supervisadas mediante métodos de control seguros y actualizables. Además, dichas políticas tienen que ser de aplicación y comprendidas por todos los miembros de la organización (adaptándose a cada departamento según las responsabilidades determinadas y la jerarquía estructural).

La cultura empresarial, por tanto, puede formarse por aquellos valores y hábitos que hacen a una compañía única (comportamiento de la persona jurídica); debe estar sustentada por pilares tan sólidos como flexibles o adaptables a los cambios y a las diferentes situaciones que se van presentando a lo largo de la vida de una compañía. De ello depende su éxito empresarial (en cuanto a la obtención de beneficios y el cómo generarlos) y social (por los efectos positivos repercutidos).

Todo ello nos lleva a concluir que debe ser criterio para elaborar un código deontológico (que debe contener sus propias referencias o pautas res-

pecto a principios, pero no por imposición o declaración “para reforzar la imagen de la marca”, sino como resultado de un proceso de elaboración participativo de todos los agentes afectados. Adela Cortina señala como requisito para que una norma sea considerada correcta desde el punto de vista ético) contar, como documentos base, con la normativa que pudiera afectarle y con los códigos adoptados para actividades semejantes. A partir de ellos, armonizando sus contenidos y delimitando los que pudieran resultar obligatorios, se elaborará un documento consensuado que establezca pautas de actuación. Este diseño debe tener en cuenta referencias como la NTP 693: *Condiciones de trabajo y códigos de conducta* o documentos como el *Código de conducta para las empresas europeas que operan en países en desarrollo* del Parlamento Europeo. Ambos reflejan que los códigos de conducta deben ser claros y precisos, y deben ser difundidos y divulgados entre todos los miembros de la organización, a través de los canales de difusión interna y de las acciones formativas pertinentes, así como a las entidades y colectivos con los que se relaciona en el exterior. Constituyen elementos de valor pedagógico, pero a su vez son también documentos clave para el estímulo y control de comportamientos; además, establecen las pautas a seguir para la elaboración de un código ético o código de conducta:

1. Determinar y establecer de forma explícita la posición adoptada por la empresa en relación a los valores que deben ser tenidos en cuenta en su actuación.
2. Establecer los mecanismos que hagan posible el seguimiento y el control del cumplimiento de los objetivos planteados y, en su caso, establecer las medidas correctoras oportunas.
3. Implicar e integrar en la elaboración del código y seguimiento de control de cumplimiento a todos los grupos de interés que puedan verse afectados por él.

BIBLIOGRAFÍA

Acevedo Heranz, Eladio J. (2013), *Ley y Reglamento de Auditoría*, Ediciones Francis Lefebvre, Madrid.

Alcaraz, Enrique y Hughes, Brian Peter (2002), *El español jurídico*, Ariel, Barcelona.

Alemán Alonso, Jesús Javier (2013), “De la sociedad del riesgo al desmantelamiento del estado de bienestar”, *Dilemata*, nº 11, pp. 139-147.

Barquero Cabrero, José Daniel; Garrido Morals, Francisco Javier y Cancelo San Martín, Mercedes (2021), “Hacia el límite ético de la estrategia: poniendo la ética en el centro de las decisiones en la empresa”, *Chasqui*, vol. 146, pp. 303-322.

Bentham, Jeremías (1836), *Deontología o Ciencia de la Moral*, Librería de Mallen y sobrinos, Valencia.

Caballer Mellado, Vicente (1998), *Métodos de valoración de empresas*, Ediciones Pirámide, Madrid.

Correa Díaz, Ana María y Valencia Arias, Alejandro (2017), “Responsabilidad social y ética médico-sanitaria”, en *Ratio Juris*, vol. 11, nº 22, pp. 73-90.

Cortina, Adela y Conill, Jesús (1996), *Ética de la empresa*, Trotta, Madrid.

Chalmers, Alan F. (2000), *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?*, (Traducción de López Máñez, Pilar; Pérez Sedeño, Eulalia), Siglo XXI de España, Madrid.

De Crescenzo, Luciano (1997), *Historia de la filosofía griega*, Seix Barral, Barcelona.

De La Torre Díaz, Francisco Javier (2000), *Ética y deontología jurídica*, Librería-Editorial Dykinson, Madrid.

De Yzaguirre, Fernando (2015), *Más allá del conocimiento y del talento: las organizaciones con sentido*, Ed. Sapere Aude, Mieres.

Delgado-Alemany, Rafael; Revilla-Camacho, María Angeles y Blanco-González, Alicia (2021), *Journal of Management and Business Education*, vol. 4, nº 1, pp. 12-32.

Díaz-Foncea, Millán y Marcuello, Carmen (2012), “Las empresas sociales en España: concepto y características”, *GEZKI*, vol. 8, pp. 143-64.

Drakopoulou, Sarah y Seaman, Paul (1998), “Religion and Enterprise: an Introductory Exploration”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 23, nº 1, pp. 71-86.

Felber, Christian (2019), *Change Everything*, ZED, Londres.

Fontrodona, Joan y Sison, Alejo G. (2007), “Hacia una teoría de la empresa basada en el bien común”, *Revista Empresa y Humanismo*, vol. 10, nº 2, pp. 65-92.

García-Magariño, Sergio (2013), *Desafíos del sistema de seguridad colectiva de la ONU. Análisis sociológico de su efectividad ante las amenazas globales* (Doctoral dissertation), Universidad Pública de Navarra, Pamplona.

García-Magariño, Sergio (2016), *Desafíos del sistema de seguridad colectiva de la ONU: análisis sociológico de las amenazas globales*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.

García-Magariño, Sergio y Sánchez-Bayón, Antonio (2021), “Gestión del cambio y del conocimiento en organizaciones cooperativas y de transformación social”, *Revista Internacional de Organizaciones*, RIO, vol. 27 (sale en octubre de 2021).

Gómez-Navarro, Carmen María y Fernández-Riquelme, Sergio (2019), “La acción social empresarial como instrumento de Justicia Social: la empresa como garante de los Derechos Humanos”, *Revista Empresa y Humanismo*, vol. 12, nº 1, pp. 43-70.

Guillem Parra, Manuel (2009), “El lugar de la ética en la dirección de empresas: los retos de la racionalidad”, *Revista Empresa y Humanismo*, vol. 2, nº 1, pp. 75-107.

Hortal Alonso, Augusto (1994), “Planteamiento de una ética profesional” en Fernández Fernández, José Luis y Hortal Alonso, Augusto (comp.), *Ética de las profesiones*, Universidad Pontificia Comillas, Madrid, pp. 55-73.

Innerarity, Daniel (2011), *La democracia del conocimiento: por una sociedad inteligente*, Paidós, Barcelona.

Jover, Olmeda, Gonzalo (2009), *Deontología profesional: los códigos deontológicos*, Unión Profesional, Madrid.

Laloux, Frederic (2014), *Reinventing Organisations*, Nelson Parker, Bruselas.

Marín-Lozano, Ofelia (2014), “Empresas y globalización: condenados a entendernos”, *Consejeros: la revista del buen gobierno y la responsabilidad corporativa*, nº 93, p. 31.

Martín Llaguno, Marta y Hernández Ruiz, Alejandra (2010), “Efectos de la deontología de la publicidad en la actitud profesional”, *Questiones publicitarias*, vol. I, nº 15, pp. 99-113.

Melé, Domènec (2000), “Racionalidad ética en las decisiones empresariales”, *Revista Empresa y Humanismo*, vol. 2, nº 2, pp. 411-437.

Montero Tamayo, Pedro (2011), “Valoración de empresas”, *Repositorio Digital-Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador*, <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/8038>

Rubio Moreno, Laura M. (2006), “Las definiciones léxicas de *Las Partidas* y de los actuales Código Civil y Penal”, *Repositorio Universidade da Coruña*, vol. 12, pp. 223-238.

Russell, Bertrand (2004), *Historia de la filosofía occidental*, Austral, Madrid.

Sanagustín-Fons, María Victoria; Ramírez-Lozano, Juliana Paola y Peñaflores-Guerra, Renato (2020), “Feminine and Religious Leadership: a Long Term Company Model”, *Cauriensia*, vol. 15. Doi: <https://doi.org/10.17398/2340-4256.15.779>

Segura Etxezarraga, Joseba (1996), *¿Ética en los negocios?*, Universidad de Deusto, Deusto.

Serrano Marín, Vicente (2004), *Ética y globalización: cosmopolitismo, responsabilidad y diferencia en un mundo global*, Biblioteca Nueva, Madrid.

Sierra Molina, Guillermo; Orta Pérez, Manuel (2005), “La experiencia y el comportamiento ético de los auditores: un estudio empírico”, *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol. 34, nº 126, pp. 731-754.

Solomon, Robert C. (1995), “La ética de los negocios”, *Compendio de ética*, Alianza Editorial, Madrid, pp. 483-498.

Talavero Cabrera, Víctor (2015), “Estudio ético-jurídico de la responsabilidad de la empresa hacia las personas”, *Revista Derecho y Cambio Social*, nº 40, pp. 1-15.

Talavero Cabrera, Víctor (2015), *Evaluación de los principios deontológicos en la empresa del S. XXI: Estudio histórico-comparado de su régimen jurídico-económico*

mico y sus problemas de exigibilidad, Tesis Universidad Camilo José Cela, Madrid.

Talavero Cabrera, Víctor (2016), “Deontología, principios jurídicos básicos e igualdad”, *Protocolo oficial*, Ed. Protocolo, Oviedo.

Vila Merino, Eduardo S. (2017), *Competencias éticas y deontología profesional en la universidad*, Ediciones Aljibe, Archidona.

Vila Ramos, Beatriz y Ancos Franco, Helena (2013), *Deontología profesional: deontología profesional del abogado*, Dykinson, Madrid.

Wheatley, Margaret (2006), *Leadership and the New Science*, Berrett-Koehler, San Francisco.

RECENSIONES

