

Auditoría del desempeño ético empresarial

Auditing Business Ethical Performance

Karen Gutiérrez Echeverría^{1*} <https://orcid.org/0000-0002-7141-7052>

Jorge Llanes Sánchez¹

Jannys Suárez Pupo¹

¹Universidad de La Habana, Cuba.

*Autor para la correspondencia. karen@fcf.uh.cu

RESUMEN

La presente investigación parte de una discusión teórica sobre la ética y la ética empresarial, de cómo puede constituirse en una herramienta y llevar a la empresa al logro de sus objetivos económicos, sociales y medioambientales. Se analiza la importancia de las auditorías éticas que buscan evaluar el daño y beneficio que resulta de las actividades de la organización, con fines de mejoramiento de su desempeño ético y del cumplimiento de su responsabilidad social. Se presentan sus beneficios, límites y estructura. Finalmente se propone que las auditorías éticas se establezcan como una herramienta para el fortalecimiento de la integridad del carácter organizacional de las empresas.

Palabras clave: auditoría ética, ética, ética empresarial, cultura organizacional, responsabilidad social.

ABSTRACT

This research spawns from a theoretical discussion about ethics and business ethics, on how it can become a tool to help companies reach their economic, social and environmental objectives. It analyzes the importance of ethical audits to assess damage and benefit resulting from company operations, in order to improve its ethical performance and compliance with social responsibility. This paper presents benefits, limits and structure. Ends with the

proposal that ethical audits be established as a tool for strengthening the integrity of the organizational character of companies.

Keywords: *ethical audit, ethics, business ethics, organizational culture, social responsibility.*

Recibido: 19/6/2019

Aceptado: 20/1/2020

INTRODUCCIÓN

En los tiempos actuales la sociedad requiere una conducta ética por parte de los individuos que la conforman para mantener el orden y el bienestar. Las empresas, no ajenas a esta realidad, tienen el deber moral de analizar las circunstancias en las cuales se desenvuelven y comprender las situaciones negativas que las afectan, tanto interna como externamente, ya que de esto depende su desarrollo en todas las esferas con efectos en sus niveles de competitividad en el mercado.

En el saber ético no puede entrar la expresión «a cualquier precio» porque hay precios que ni las personas, ni las organizaciones pueden pagar, si es que quieren obrar no solo de una manera prudente, sino también justa (San José, 1998).

La ética es la ciencia que estudia la moral y hace un análisis de las diferentes formas de lograr el bienestar humano, por tanto, debe aplicarse en todas las dimensiones empresariales. Urge institucionalizarla para fortalecer la integridad del carácter organizacional y mantener una cultura responsable que esté presente en todos los ámbitos de la vida empresarial y se extienda a todos los renglones de la vida en general.

Conscientes de esta necesidad se deben proponer modelos que impulsen una cultura organizacional que tenga muy presente valores morales en el momento de realizar sus actividades económicas, sociales y medioambientales. Este artículo propone una metodología para elaborar auditorías éticas en organizaciones. Se parte de una aproximación conceptual a temas claves como la ética, la ética empresarial y las auditorías éticas. Posteriormente, se hace un análisis de la propuesta metodológica y, por último, se perfilan

algunas sugerencias útiles para las empresas que tengan interés en poner en práctica esta propuesta.

1. UNA APROXIMACIÓN CONCEPTUAL

Antes de profundizar en el significado de la auditoría ética se abordarán algunos conceptos fundamentales para su análisis, como la ética, la integridad y la ética empresarial.

La ética es la rama de la filosofía que estudia lo correcto o equivocado del comportamiento humano. Además, tiene como centro de atención las acciones humanas y aquellos aspectos que se relacionan con el bien, la virtud, el deber, la felicidad y la vida realizada.

La ética empresarial podría definirse como el estudio de la ética aplicada a las empresas en los sectores público, privado o mixto, que incluye el análisis y evaluación de las opiniones, valores y modelos de comportamiento de los empresarios, accionistas, gerentes y empleados, así como de las consecuencias de las actuaciones de las empresas y sus agentes. Esta no es una teoría abstracta, sino un cuerpo de conocimientos prácticos, orientados al tratamiento de las decisiones organizacionales que envuelven dilemas éticos o conflictos de valor (Instituto de Auditores Internos de España y The Institute of Internal Auditors, 2019).

El papel de la ética empresarial ha tenido diferentes prioridades, dependiendo de la importancia que le han dado teóricos y practicantes. Para los tradicionalistas, la misión de una empresa es generar utilidades y otros propósitos que no están de acuerdo con esa misión no son prioritarios. En este enfoque instrumentalista, la misión de la empresa se limita a la rentabilidad y el comportamiento ético es solo un medio para asegurar su cumplimiento, es decir, una buena ética significa un buen negocio.

Al contrario, para los no utilitaristas, ser éticos es un fin en sí mismo y no una manera de hacer o no hacer dinero; ser éticos es la forma en que una organización reconoce su papel en la sociedad y ofrece buenos ejemplos con su comportamiento. Según Cajiga (2015), las empresas establecen un contrato social. Este se refiere al derecho que la sociedad da a las organizaciones para funcionar y generar utilidades. En contrapartida, la sociedad exige que la empresa brinde beneficios a los grupos de interés. Si una organización no satisface adecuadamente estas necesidades, la sociedad puede finalizar el contrato y demandar el cierre de la empresa.

En síntesis, la ética es un componente clave de la actividad empresarial, puesto que las interacciones de negocios con los grupos de interés son repetitivas y continuas. Una empresa que engañe, defraude o discrimine podría beneficiarse a corto plazo, pero no a mediano y largo plazo, pues el comportamiento no ético tiende a imponer costos sobre las empresas, mientras que el comportamiento ético ayuda a construir relaciones de confianza beneficiosas para todas las partes (Velasco, 2000).

Por consiguiente, la auditoría ética (AE) en una organización basada en la integridad hace énfasis en el actuar ético como imperativo en todo momento. Al incorporar estas acciones en su estructura, se suscita una prevención de ciertos daños morales, al mismo tiempo que se determina la implantación de estímulos que proponen el establecimiento de actuaciones y pensamientos moralmente responsables. Es, entonces, cuando el marco de trabajo ético se convierte en el carácter gobernante de las organizaciones, lo que conduce a la empresa a asumir voluntariamente su compromiso social. Esto se conoce con el nombre de responsabilidad social empresarial (RSE), entendida como el: «Compromiso con la satisfacción de las necesidades del medio ambiente, de la sociedad y de los trabajadores, con una intensidad similar a la generación de valor para los propietarios, que se refleja tanto en las estrategias, como en las acciones de la empresa, en cuya construcción participan activamente mediante el diálogo, todos los grupos de interés, en un escenario de justicia y responsabilidad» (Valenzuela, 2005, p. 239).

La AE ayuda a descubrir nuevos caminos en el cumplimiento de la RSE. Va más allá de la simple auditoría financiera y contable, ya que incluye planes, estrategias, proyectos, políticas, procedimientos y prácticas ejercidas por la organización o institución auditada. Implica la necesidad de examinar la integridad y los valores éticos de las empresas, comprendiendo aspectos tales como: la existencia y puesta en marcha de códigos de conducta, las prácticas comerciales aceptables, la elusión de conflictos de interés, la aplicación de normas de comportamiento ético con los grupos de interés, la revisión del sistema de información, así como los contratos y programas, la estructura y funcionamiento de las unidades organizacionales, sus productos y servicios, además de los estados financieros, cumplimiento de leyes y regulaciones, responsabilidades internas y demás aspectos que permitan revelar si se han producido faltas a la ética en las relaciones con los grupos de interés o *stakeholders*. Así, para tener una AE efectiva, la empresa debe reconocer las obligaciones morales

específicas que surgen de la naturaleza de sus operaciones e implementarlas como una estrategia de la gerencia que reúna los siguientes criterios:

- Perspectiva múltiple: incluye el punto de vista de todos aquellos comprometidos con la actividad de la empresa.
- Regular: se trata de un proceso de largo alcance y no de una operación puntual.
- Comparaciones de desempeño con respecto a periodos anteriores: permitirá establecer un registro de responsabilidad moral a lo largo del tiempo, examinada por controladores externos sin implicaciones en la actividad de la empresa.
- Pública: los informes regulares que se refieren al desenvolvimiento de la AE deben ser publicados y comunicados a todos los grupos de interés o *stakeholders* comprometidos (tanto internos como externos).

De acuerdo con López y Vázquez (2002), hay siete requisitos mínimos para un programa de ética efectivo:

1. Normas y procedimientos para prevenir y detectar conductas delictivas.
2. Responsabilidad en todos los niveles del programa, junto con recursos adecuados del programa y autoridad para sus gerentes.
3. Debida diligencia en la contratación y asignación de personal a puestos con autoridad.
4. Comunicación de normas y procedimientos, incluido un requisito específico para la capacitación en todos los niveles de la organización.
5. Monitoreo, auditoría y sistemas internos de orientación e información no sancionatoria, incluida la evaluación periódica de la eficacia del programa.
6. Promoción del cumplimiento y conducta ética.
7. Toma de medidas razonables para responder apropiadamente y evitar una mayor conducta indebida al detectar una violación.

2. METODOLOGÍA

Se suele entender que una auditoría ética es una evaluación del desempeño y/o programa ético de una entidad para establecer su efectividad (López y Vázquez, 2002). Este concepto de auditoría ética es nuevo y ha sido llevado a cabo por pocas empresas. Se espera, no obstante, que la realización de estas auditorías se generalice en tanto las legislaciones locales sean más exigentes sobre este tema.

Los elementos metodológicos claves para cada una de las fases se explican a continuación:

- Fase I:
 - Responsable de la auditoría: el auditor es responsable del informe que emite ante su cliente, la empresa auditada y ante el conjunto de usuarios sobre la información contable, financiera y de gestión preparada y presentada por los responsables designados en la empresa.
 - Alcance de la auditoría: puede estar condicionado por sus objetivos, los procesos, productos o servicios a revisar, las instalaciones de la organización afectadas o por el periodo de tiempo cubierto. En esencia, el alcance de la auditoría fundamenta su extensión y sus límites.
 - Objetivo de la auditoría: un examen crítico que se realiza con el fin de evaluar la eficiencia y eficacia de una organización. Es una revisión metódica, periódica e intelectual de los registros, tareas y resultados de la empresa, con el fin de diagnosticar el comportamiento global del desarrollo de sus actividades y operaciones.
 - Cronograma de actividades: es una herramienta muy importante en la gestión de proyectos. Puede tratarse de un documento impreso o de una aplicación digital; en cualquier caso, el cronograma incluye una lista de actividades o tareas con las fechas previstas de su comienzo y final.
 - Equipo auditor: es cuando uno o más auditores llevan a cabo una auditoría. La composición del equipo auditor depende de los objetivos y alcance de la auditoría, de las características de la organización auditada, de los procesos, productos o servicios a auditar, etcétera.
 - Fuentes de información: son los diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento.

Conocer, distinguir y seleccionar las fuentes de información adecuadas para el trabajo que se está realizando es parte del proceso de investigación.

- Reuniones de equipo auditor-empresa: las reuniones de equipo entre el grupo auditor y la empresa consisten en establecer un clima adecuado para la auditoría y garantizar que tanto los auditores como los auditados compartan los mismos objetivos, además de cuadrar la agenda y tener clara la metodología de la auditoría.
- Definición de variables o indicadores cualitativos: consisten en características o cualidades cualitativas que nos proporcionan información.
- Socialización: es el proceso mediante el cual se socializa la información.
- Fase II:
 - Recolección de información por componentes: es el momento donde se adquiere y organiza la información por los procesos definidos para la auditoría ética: políticas y procedimientos, empleados, gobierno, estructura y organización, proveedores y clientes.
 - Análisis de la información: proceso de decodificar los datos que contiene un documento específico a través de operaciones de procesamiento que permitan el acceso y recuperación de datos.
 - Conclusiones y recomendaciones del equipo: resultados a los que se ha llegado, así como los consejos encaminados al mejoramiento de la problemática analizada.
- Fase III:
 - Informe final interno: constituye la etapa final del proceso de auditoría, en el cual se recogen todos los hallazgos detectados y el soporte documental para sustentar el dictamen emitido.
 - Informe final integral: es la etapa final del proceso de auditoría; proporciona una visión integral y sistematizadora de los hallazgos detectados durante la auditoría.
 - Divulgación: la divulgación de informes de auditoría interna consiste en el proceso mediante el cual el director de los servicios de evaluación

independiente y auditoría analiza los resultados a los que se ha llegado a partir de los obtenidos en la auditoría.

Se deben desterrar ideas que se encuentran arraigadas profundamente en la mente de los empresarios, tales como que el objetivo fundamental de la empresa es maximizar ganancias sin importar consecuencias (Figura 1). Es importante tomar consciencia del valor de la ética y de la importancia de realizar auditorías éticas. Desde el punto de vista empresarial, el proceso de auditoría ética facilita identificar las tendencias, conductas y comportamientos morales en la organización, optimizar el aprendizaje organizacional y facilitar la comunicación y las relaciones intra e inter laborales. Las empresas pueden valorar sus políticas organizacionales actuales y ampliar la eficacia de sus operaciones en los mercados en que actúa.

Fuente: adaptado de López y Vázquez (2002)

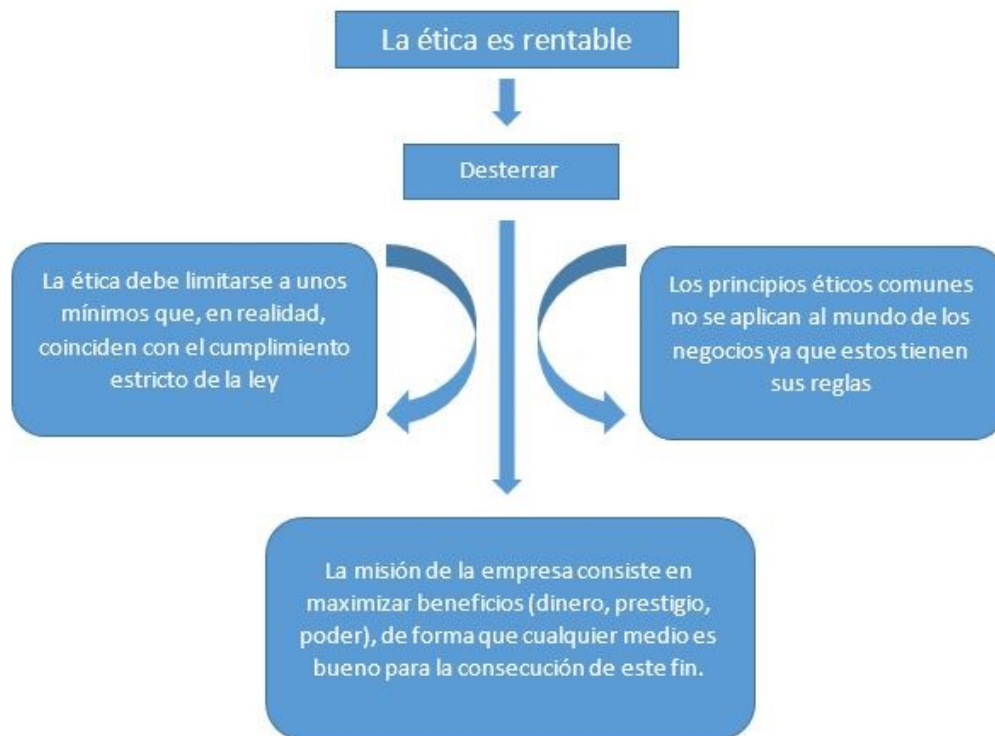


Figura 1. Ideologías a eliminar.

En resumen, una auditoría ética es una forma de proporcionar a los empleados, clientes y partes interesadas una mayor transparencia. Los terceros interesados, por lo general, desconfían de los pronunciamientos verbales de las empresas. Los informes de una auditoría ética debidamente publicados pueden ser confrontados por los grupos de interés o *stakeholders* y, por lo tanto, contribuir al incremento de una cultura organizacional basada en la responsabilidad ética y moral sustentable.

La auditoría ética constituye una herramienta de gestión muy importante para ayudar a una empresa a identificar iniciativas y mejoras relevantes que le permita un desempeño superior en sus actividades de producción de bienes y/o servicios. Al identificar tales iniciativas, las empresas pueden priorizar sus recursos para enfocarse en tales ideas. La auditoría ética también puede ayudar a las empresas a cumplir sus declaraciones de misión, la mejora de las prácticas operativas, así como el área en que esto se realizaría. Resumiendo, el proceso de este tipo de auditoría puede exponer el impacto positivo de la conducta ética empresarial y demostrar a las personas de la organización el valor de adaptar prácticas comerciales éticas y socialmente responsables.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la investigación se propone que la AE no sea solo un diagnóstico del comportamiento ético de la empresa, sino que se establezca como una herramienta para el fortalecimiento de la integridad y los valores éticos de su carácter organizacional. Debe analizar y avizorar proposiciones para el mejoramiento del desempeño social, puesto que no solo evidencia las acciones con las cuales la empresa está causando daño, sino que también busca formas de evitar dichos daños o, al menos, repararlos y atenuarlos. De igual forma, presenta medios para fortalecer el beneficio causado, con la reafirmación de los programas ya existentes o la propuesta de otros que causen un mayor impacto con basamento en las fortalezas. Permite contribuir no solo al desarrollo de las organizaciones, sino también al mejoramiento de su impacto en la sociedad.

Por todo lo anterior, la AE se constituye como una herramienta de gestión que permite analizar la cultura ética organizacional mediante la evaluación cualitativa del daño o beneficio que resulta de las actividades empresariales ejecutadas por los directivos y sus

subordinados, con el propósito de mejorar su desempeño ético y de cumplir con su responsabilidad social: «No puede haber calidad profesional sin calidad humana» (López y Vázquez, 2002, p. 148).

CONCLUSIONES

La actividad empresarial debe tener un análisis reflexivo desde la mirada de los valores humanos y principios éticos. Es necesario avanzar hacia un concepto donde se combinen el poder en el mercado y la atención a clientes, proveedores, trabajadores y otros grupos de interés. Debe ser flexible y a la vez competitiva, capaz de cambiar el rumbo si la ocasión lo requiere; una organización donde todos sus miembros se sientan cómodos y parte activa de ella. Es fundamental la toma de conciencia de la importancia que significa la realización de auditorías éticas, toda vez que son fundamentales para el desarrollo de las empresas, así como las experiencias y conocimientos que transmite. Los comportamientos éticos organizacionales deben ser proporcionales a las exigencias de la empresa en el entorno actual y previsible en el tiempo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CAJIGA, JF. (2015). El concepto de responsabilidad social empresarial. https://www.academia.edu/14596498/EL_CONCEPTO_DE_RESPONSABILIDAD_SOCIAL_EMPRESARIAL_RSE_Juan_Felipe_Cajiga_Calder%C3%B3n
- INSTITUTO DE AUDITORES INTERNOS DE ESPAÑA y THE INSTITUTE OF INTERNAL AUDITORS. (2019). Auditoría Interna y la ética empresarial. https://auditoresinternos.es/uploads/media_items/fa-bricaetica-web.original.pdf
- LÓPEZ, M. A., y VÁZQUEZ, P. (2002). ¿Puede certificarse el comportamiento ético? SA8000. *Revista de investigaciones europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(2), 133-148.
- SAN JOSÉ, R. (1998). *La ética aplicada al mundo empresarial*. Documentos de gestión.
- VALENZUELA, L. (2005). *Ética y negocios*. Documentos de gestión.
- VELASCO, F. (2000). *Management, calidad y ética*. Documentos de gestión.

Conflictos de intereses

Los autores declaran que no existen conflictos de intereses.

Contribución autoral

KAREN GUTIÉRREZ ECHEVERRÍA: es la responsable de la integridad del trabajo en su conjunto. Contribuyó con la evaluación y discusión de los resultados de la investigación. Colaboró con los otros autores en las Conclusiones y revisión de las referencias bibliográficas.

JORGE LLANES SÁNCHEZ: participó en el estudio y análisis de los elementos conceptuales relacionados con la Introducción y la Metodología. Colaboró con la redacción de las Conclusiones y la revisión de la bibliografía.

JANNYS SUÁREZ PUPO: participó en el estudio y análisis de los elementos conceptuales relacionados con la Introducción y la Metodología. Colaboró con la redacción de las Conclusiones y la revisión de la bibliografía.