

*“La ética es un compromiso interno más que un aspecto  
de responsabilidad frente a la ley”*

***Guillermo Ortiz Mayagoitia***

***Ministro de la SCJN***



## CAPITULO III

### 3. ÉTICA EN LAS EMPRESAS

#### 3.1. Definición de ética.

La definición nominal de Ética viene del griego, *ethika*, que proviene de *ethos*, lo que significa según Aristóteles, carácter, costumbre, comportamiento<sup>1</sup>. La ética no es algo homogéneo para todas las culturas ya que como decía Aristóteles es una costumbre, y como toda costumbre va a estar influenciada por la época, y el entorno en el que se desarrolla el individuo. Aunque cada cultura ha desarrollado un modelo ético propio, hay virtudes que son universales como la honestidad, lealtad, justicia, respeto, etc .

La ética, es la rama de la filosofía, la cual está considerada como una ciencia *práctica y normativa*. La ética es una ciencia práctica porque el hombre la aplica en su vida diaria por medio de su conducta, de su comportamiento; y es una ciencia normativa porque también se encarga del estudio de las normas de la conducta humana desde el punto de vista de su bondad o maldad<sup>2</sup>.

#### 3.2 Definición de ética organizacional

De acuerdo con José Lago Rodríguez (presidente de la FLAI), la Ética organizacional son las políticas y normas que se establecen en una organización para asegurar ciertos tipos de comportamiento por parte de sus miembros (2004).

La ética organizacional también puede ser definida como una estrategia de negocios en la que se adoptan compromisos y responsabilidades con clientes, empleados, accionistas, acreedores; pero al mismo tiempo se obtiene beneficios económicos de esta relación.

---

<sup>1</sup> IBARRA, Carlos, pág. 9

<sup>2</sup> GUTIÉRREZ, Raúl, pág. 30



### **3.3. Ética en las empresas**

En la actualidad la ética es vital para las empresas, ya que de ello depende que se apliquen adecuadamente las leyes, que se de un proceso de transparencia en las transacciones, que se reporten utilidades verídicas, etc.

Las empresas tienen la responsabilidad de proporcionar a sus accionistas todos los beneficios a los que tengan derecho; de asegurar una administración eficiente y honesta de sus recursos, así como de brindarles a todos la información necesaria para que ejerzan el control que les otorga la ley.

La cultura ética de las personas determina en gran medida el resultado de las operaciones de cualquier organización. Cada empresa dependiendo de su naturaleza se enfrenta a diferentes dilemas éticos. La ambigüedad en cuanto a lo que es ético puede convertirse en un problema para los empleados.

Los códigos de ética son una respuesta para reducir esa ambigüedad, ya que éstos siempre hacen referencia al “buen” o “correcto” funcionamiento de una organización. Un código de ética es un documento formal que establece los valores principales de una organización y las reglas éticas que espera que sus empleados sigan<sup>3</sup>.

### **3.4. Bases para construir una empresa ética**

Cada empresa es diferente ya que la actividad que realiza cada una de estas es distinta, se encuentra integrada por distintas personas, el lugar en donde operan no es el mismo, el entorno legal también difiere, etc.

Dentro de las empresas existen valores universales como el respeto, la tolerancia, la igualdad, etc., y valores que solo se aplican para la empresa, estos valores no son los mismos para todas las empresas, ya que se enfoca a las prioridades y a la misión de la empresa.

---

<sup>3</sup><http://www.gestiopolis.com/lidera/revistas/edic7/eticaadmon.htm>



El documento donde se plasman los valores universales y los valores característicos de la empresa se llama Código de ética organizacional, éste se debe de dar a conocer a todos los empleados, proveedores, accionistas y autoridades del gobierno; también se debe brindar capacitación para que los miembros de la empresa se identifiquen con el código y sean capaces de aplicarlos en su vida diaria.

Las empresas que quieren implementar un código de ética tienen que definirlo de acuerdo al fin que persigue, la actividad que realizan y las características que definen a la empresa.

### **3.5. Código de ética organizacional**

Los códigos de ética son un mecanismo que las empresas utilizan para dejar en claro a sus empleados que comportamiento se espera que tengan. Además se establecen en éste, la forma en que los valores y preceptos éticos se deben aplicar en el trabajo diario y en las interacciones entre los empleados .

Varían en cada empresa ya que los criterios éticos existentes se deben acoplar a las necesidades de la empresa, tomando en cuenta los diferentes escenarios a los que se puede enfrentar.

Estos deben ser lo bastante específicos para mostrar cual es la actitud que deben de tomar los empleados en su desempeño diario, tomando en cuenta que el código de ética es una guía pero que el empleado sigue siendo autónomo y tiene libertad de juicio.

Su eficacia depende en mayor grado de si la gerencia los apoya y de cómo se trata a los empleados que violan el código de ética. Los códigos pueden proporcionar una base firme para un programa de ética corporativa efectivo.

Las reglas y los códigos de ética organizacional ayudan a las empresas a sensibilizar al personal y lograr que estos realicen una racionalización de cada una de



sus acciones desde el punto de vista de integridad; fortalece el valor moral de los individuos y crea un fuerte sentimiento de identidad con la empresa.

El principal objetivo de un Código de Ética es lograr la coherencia entre los valores que se tratan de adherir con la creación de un código y el comportamiento diario, ser, pensar y actuar. Para que de la apariencia se pase al demostrar con hechos y acciones.

### **3.6. Elaboración de un Código de ética**

Para que un código de ética funcione, debe estar elaborado por un conjunto de directivos y empleados representantes, los cuales deberán aprobar unánimemente el código, esto con la finalidad de evitar discrepancias y malos entendidos.

Antes de elaborar un código de conducta, se deben responder las siguientes preguntas<sup>4</sup>:

1. ¿Quiénes son las principales personas que van a quedar dentro del código?
2. ¿Cuál es la principal actividad de la empresa?
3. ¿El código va a ser general o específico?
4. ¿Qué tipo de decisiones y acciones se desea prevenir y cómo deben ser prevenidas?
5. ¿Qué tipo de problemas éticos se podría presentar con mayor frecuencia en la empresa?
6. ¿Cómo pueden resolverse los conflictos que se presenten?

El primer paso es definir que es lo que va a entrar en el código y después, se le dará una secuencia a estos temas. Siempre se debe tomar en cuenta que el objetivo del código va a ser definir la legitimidad ética de un sinnúmero de situaciones distintas, por lo que debe de ser claro para facilitar su interpretación.

---

<sup>4</sup> BARRIOS; Francisco, pág. 12



### 3.7. Aspectos que un código de ética debe regular.

Hay cuestiones específicas que el código de ética debe regular, éstas van a variar según el giro de la empresa. La siguiente lista son algunos de los problemas con los cuales muchas empresas se van a enfrentar<sup>5</sup>:

<b>Aspectos que un código de ética debe regular</b>	
Aceptar regalos	Seguridad del empleo
Dar regalos y hacer pagos a compañías que son clientes o entidades gubernamentales.	Daño ambiental
Contribuciones a partidos políticos	Seguridad del producto
Cumplimiento de la ley	Estándares morales en la publicidad
Conflicto de Intereses	Estándares de veracidad en el trato de la empresa hacia los accionistas, gerentes, empleados, proveedores
Trafico de información confidencial.	Información confidencial
Privacidad de los empleados	Transparencia y exactitud de cuentas e informes financieros
Adquisición de información confidencial acerca de los competidores	Discriminación de precios
Fijación de precios	Acoso sexual
Buena fe en los negocios	Inversiones
Seguridad de los empleados	Relaciones con los proveedores

<sup>5</sup> ELEGIDO, Juan, pág. 378



### 3.8. Estructura del Código Ética

La estructura del Código de ética esta compuesta por<sup>6</sup>:

1. Filosofía Organizacional. Aquí se define el objetivo de la empresa, el lugar económico y social que quiere llegar a ocupar, y su grado de compromiso con la sociedad.
2. Cultura Organizacional Son un conjunto de normas generales y valores que definen a la empresa. Posibilita la identificación corporativa de todos sus miembros y punto de referencia para la toma de decisiones.
3. Política Organizacional. Aquí se unen los objetivos generales, normas y valores de la empresa, estas determinan la actuación de sus miembros ante el mercado, el estado y la sociedad en general.

#### 3.8.1. Filosofía organizacional.

La filosofía organizacional puede aportar al código ético tres funciones básicas:

1. Una base normativa para el establecimiento de la cultura y la política organizacional.
2. Una orientación sobre principios y objetivos de la organización, esto es, una definición de lo que la organización es y quiere ser.
3. Un instrumento de “relaciones publicas” como presentación de la organización.

---

<sup>6</sup> <http://www.info.ccss.sa.cr/rescvial/rv0026.htm>



### **3.8.2. Cultura organizacional.**

Se refiere a la creación de las normas y valores que necesita la empresa para poder alcanzar los objetivos definidos por la filosofía de la organización. Su finalidad es desarrollar un proyecto común, apoyándose en los principios que rigen la organización, para posibilitar la identificación corporativa de todos sus miembros.

Aquí no se trata de definir actuaciones concretas, ya que esto convertiría a la empresa en una organización rígida, incapaz de responder a un entorno flexible. El objetivo de la cultura organizacional es lograr que los empleados actúen de manera libre y responsable. Sólo así podemos conseguir la capacidad de innovación e imaginación que un mercado complejo exige.

### **3.8.3 Política organizacional.**

Define cuales deben de ser las líneas generales de actuación y cuál debe ser la estructura de la organización. Se definen los derechos y responsabilidades de cada nivel, basándose en el nivel jerárquico que ocupan a mayor nivel mayor es la responsabilidad. En la política de la organización, también surgen los objetivos estratégicos y operacionales.

Un ejemplo de una política interna es el tipo de relación que debe mantener la dirección con los trabajadores, como se va a dar la participación de los empleados dentro de la organización, cómo se va a dar la distribución de cargos y beneficios, etc.

Las políticas exteriores marcan la relación que debe mantener la empresa con los accionistas, proveedores, clientes que criterios de revelación de información sigue la organización.





### **3.9. Funciones Básicas del Código de Ética:**

#### **3.9.1. Interna**

1. Institucionalizar los valores, normas y criterios de decisión que definen el proyecto de organización y que deben regularizar toda la actividad organizacional.
2. Crear una cultura organizacional y un ambiente ético, para lograr que los directivos y el personal actúen íntegramente, logrando obtener una buena imagen para la empresa.
3. Servir de punto de referencia o criterio de orientación, para la toma de decisiones en todos los niveles organizacionales.
4. Eliminar las incertidumbres y ambigüedades.
5. Definir las responsabilidades, los derechos y las obligaciones, de todos los grupos de intereses.
6. Servir como instrumento estratégico para la inducción, capacitación y desarrollo del capital humano.

#### **3.9.2. Externas**

1. Comunicar de manera pública, el carácter propio de la organización, ante el mercado, el estado y la sociedad. Dar a conocer cuales son sus objetivos.
2. Explicar cuáles son sus compromisos ante los inversionistas, clientes, proveedores y competidores.
3. Apegarse a sus obligaciones legales, como son el pago de Impuestos .
4. Definición de su responsabilidad social y ecológica a ante su entorno social; y cuales medidas está dispuesta a seguir para su cumplimiento. Para poder lograr una mayor credibilidad.
5. Aproximarse a la sociedad, para detectar sus necesidades y poderlas satisfacer.
6. Revelar la información financiera de la empresa y sus transacciones.
7. Ver por los intereses de los accionistas.



Las funciones internas se centran en la creación de una cultura organizacional, en la que puedan identificarse todos los miembros, para poder crear una cultura corporativa.

Esta cultura organizacional, va influir en el comportamiento del personal en todos los niveles de la organización, así como en la propia presentación de la imagen de la organización. Estas normas y valores, en caso de funcionar, deben reflejarse en las decisiones y en la conducta de todos sus miembros.

El código ético también puede utilizarse como un instrumento de medición, comparando lo que es la organización contra lo que debería ser según su misión y visión.

Lo anterior ayuda a elevar el clima ético dentro y fuera de la organización, es decir como ven los empleados a la empresa y como la ven los clientes o las personas externas a está<sup>7</sup>.

### **3.10. Cero tolerancia, al aplicar el Código de Ética Organizacional.**

Lo más importante de contar con un código de ética es que éste se debe seguir al pie de la letra, sin distorsiones ni excepciones. La percepción que genera la existencia de un código que no se cumple, es que en realidad no existe dicho código.

Por lo que es importante eliminar la posibilidad de que en la aplicación de las sanciones va haber excepciones o contemplaciones con algún empleado que ha violado el código, cualquier falta debe ser sancionada. En caso de que el caso amerite una sanción penal, el responsable debe ser entregado a las autoridades correspondientes.

---

<sup>7</sup> <http://www.info.ccss.sa.cr/rescval>



Estas estipulaciones deben quedar establecidas desde el momento de la contratación para evitar problemas a futuro. Dejando claro el mensaje de que se castigara de manera inmediata a cualquier persona que incurra en alguna violación al código.

### ***3.11. COMPROMISO DE LOS EJECUTIVOS (CEO y CFO), DENTRO DEL CÓDIGO DE ÉTICA.***

#### **3.11.1 Compromiso del administrador (CEO)**

Para que un Código de ética resulte es necesario que exista un compromiso por parte de los ejecutivos, ya que este compromiso hará que los demás miembros de la empresa sigan los pasos de sus superiores y adopten un comportamiento integro y ético<sup>8</sup>.

Deben de tener presente que son los representantes de la empresa y que sus acciones afectaran o beneficiaran a la empresa.

Los ejecutivos son el ejemplo a seguir es por esta razón que si los ejecutivos tienen un comportamiento integro, siguen las reglas y cumplen con sus responsabilidades, los demás miembros sentirán el mismo impulso de actuar de la misma manera.

---

<sup>8</sup> ELEGIDO, Juan, pág. 389-392.



Pero si los ejecutivos son los primeros en romper las reglas y de manejar las políticas de acuerdo a su conveniencia, los demás paulatinamente se irán desmotivando y actuarán de la misma manera, afectando la imagen de la empresa y su funcionamiento.

### **3.11.2 Compromiso del Ejecutivo Financiero (CFO)**

Una de sus responsabilidades es el hacer cumplir los intereses humanos de los empleados, trabajadores, directivos y de inversionistas. Para esto debe actuar de manera ética y responsable, guardando discreción sobre la información y los planes de la empresa.

El CFO no debe de utilizar la información interna o confidencial para su beneficio, ya que además de no ser ético, puede afectar su imagen y la de la compañía trayendo consigo efectos negativos para la compañía.

Dentro de sus responsabilidades también entra el no ocultar los hechos o circunstancias que deben ser revelados a los inversionistas externos y acreedores, manteniendo la veracidad y calidad de la información con una actitud íntegra, presentando la realidad y capacidad que tiene la empresa<sup>9</sup>.

Formular los informes financieros con objetividad y honradez, de modo que proporcione la protección requerida a inversionistas y acreedores, dando a conocer de manera adecuada y oportuna cuales han sido los efectos de las decisiones de la administración.

---

<sup>9</sup> Comité de Ética Financiera, pág. 39-45.



### **3.12 PRINCIPALES FACTORES QUE AFECTAN A LA ÉTICA Y LA TRANSPARENCIA**

Dentro de las organizaciones siempre va existir un conflicto de intereses ya que muchas veces los objetivos del gerente (agente) no concuerdan con los objetivos de los dueños (principal), y viceversa.

La falta de concordancia se da porque el agente o/y el principal, buscan la maximización de los beneficios personales; y esta situación hace que surja un conflicto de intereses.

Existen dos teorías “La Teoría de la firma” y la “Teoría de la Agencia”, en la cual se plantean escenarios para explicar porque existe dentro de la empresa conflicto de intereses.

#### **3.12.1. Teoría de la firma**

Esta teoría ve a la empresa como una entidad abstracta que está definida por un conjunto de rutinas productivas. La empresa surge con el propósito de generar utilidades para sus dueños, para esto se tiene que hacer uso de las habilidades y conocimientos que se poseen. En todos los procesos se busca maximizar los beneficios en un mercado competitivo<sup>10</sup>.

Los dueños al observar que no son capaces de atender todas sus ocupaciones, empiezan a delegar algunas de sus funciones, por esta razón contratan a administradores, los cuales se encargaran de cuidar que se lleven a cabo las operaciones de la empresa adecuadamente.

---

<sup>10</sup> <http://www.eumed.net/coursecon/dic/E.htm#empresa>



El administrador, también se encargaran de verificar que se cumpla la meta principal de la empresa la cual es la maximización de las utilidades de los accionistas y los dueños.

Como premio o recompensa a su esfuerzo, habrá aumento en las ganancias del administrador, esto con el propósito de incentivarlo y lograr que cumpla con sus obligaciones.

A pesar de que existe una remuneración para el administrador, siempre existen conflictos de intereses ya que la tendencia es ver por el bienestar propio y difícilmente lograr un equilibrio en donde se vea por los intereses de ambos (administrador y dueño/accionistas).

Por está razón la teoría de la firma no se llega a cumplir y surge un complemento a esta teoría la teoría de la agencia, en la cual se toman en cuenta otros factores que llegan a afectar este primer escenario.

### **3.12.2. Teoría de la agencia**

Los pioneros de esta teoría son Jensen y Meckling (1976), ven a la organización como un artificio legal, que sirve como nexo contractual entre los individuos.

Esta teoría analiza como se dan los contratos formales e informales mediante los que una o más personas denominadas “principal” delegan cierta responsabilidad y poder decisorio a otra persona, denominada “el agente”, el cual se compromete a realizar algún trabajo o administrar algo para el principado.

La relación de agencia implica siempre la existencia del problema del riesgo, la posibilidad de que el agente (administrador) busque satisfacer sus objetivos personales. Otra problemática es que el principal no tiene forma de saber si el agente esta realizando adecuadamente su trabajo ya que solo se limita a ver los resultados monetarios (asimetría).



La asimetría es la falta de información financiera o no financiera, por la cual el principal no puede evaluar si los resultados favorables de la empresa están relacionados con el desempeño del agente. Por otra parte el agente puede ser que no tenga bien definido los objetivos de la empresa debido a la falta de habilidad del principal para comunicarlos al agente.

El agente (administrador) puede utilizar su capacidad de decisión para obtener maliciosamente beneficios personales a expensas del principado (accionista, dueño). Esos beneficios pueden verse reflejados en supuestas gratificaciones extras, oficinas grandes y lujosas, uso privado de vehículos, los cuales serían como focos de que se esta perpetrando un fraude por parte del agente.

El agente también puede hacer mal uso de su poder promoviendo subordinados por razones de simpatía o parentesco, esta situación se da en países subdesarrollados como México; pueden tomar decisiones demasiado arriesgadas que pueden traer beneficiosas para la empresa o el organismo a corto plazo, pero perjuicios a largo plazo, como la realización de transacciones poco transparentes; pueden además tomar decisiones que aumenten su poder personal o decisiones que les de algún beneficio monetario.

Por otra parte el principal va a buscar su beneficio propio, un ejemplo que cita esta teoría es que el principal busca la forma de que el agente trabaje más a un menor costo, por lo que esto también acarrea un conflicto de intereses entre el principal y el agente.

Como podemos observar esta problemática se va a encontrar en mayor o menor medida en cualquier forma de contrato ya sea formal o informal, ya que el agente al tener cierta capacidad de decisión y la posibilidad de eludir el control, tratara de reducir su esfuerzo o bien buscar simplemente su beneficio propio como se ha mencionado anteriormente.

Existen sistemas que fomentan que los agentes se controlen los unos a los otros pero existe un límite en los sistemas de control que se pueden implementar, ya que un



exceso de controles puede generar un ambiente de desconfianza que limitan las posibilidades de cooperación interna y reducen la eficiencia.

Otra opción que ayuda a disminuir esta problemática consiste en asociar al agente a los beneficios de las empresas; ya que este tipo de estímulos a la lealtad adoptan la forma de paga en función de beneficios, participación en la propiedad, opciones de compra de acciones o concesiones de derechos sobre aumentos en la cotización. Estos sistemas, muy utilizados en la actualidad, no eliminan el problema, pero en cierta medida lo disminuyen.

Esta teoría también plantea que aunque es muy difícil lograr nivelar los intereses del principal y el agente, esta relación es necesaria ya que el principal no puede realizar todas las actividades solo, y si lo hace puede dejar escapar oportunidades, por lo que es conveniente delegar funciones aunque haya un riesgo inmiscuido.

Cuando las relaciones de agencia se establecen a largo plazo el riesgo se reduce, obteniéndose mayor eficacia en la empresa. Si el trabajador o directivo (agente) desea que haya estabilidad en la empresa, no se aprovechará de las oportunidades de obtener un beneficio particular a costa de la empresa, por el riesgo de ser detectado<sup>11</sup>.

### **3.12.3 Conflicto de Intereses desde el punto de vista ético**

Los conflictos de intereses son problemas éticos generalizados, en los cuales se necesita poner mayor atención desde el punto de vista legal y la forma en que se aplica la ética en las organizaciones y en la profesión<sup>12</sup>.

El conflicto de intereses se presenta en todas las decisiones humanas que tienen que ver con los demás, un ejemplo de esto es el interés del accionista por obtener una mayor utilidad, contra el interés de la empresa por reinvertir lo que se ha ganado en vez de pagar dividendos.

---

<sup>11</sup> <http://www.eco.unc.edu.ar/>

<sup>12</sup> ELEGIDO, Juan, pág. 393-402.





Este conflicto no se puede evitar, ya que cada parte va a ver por su bienestar, y ante este panorama solo resta confiar en el buen manejo de los directivos, consejeros o personas que están a cargo de la empresa y tratar de buscar un balance entre los intereses de ambas partes, siempre basándose en la moralidad y la ética de las personas y por lo tanto de la empresa.

En los últimos años las sociedades han puesto mayor énfasis en los conflictos de intereses, esto se debe a los diversos escándalos que han salido a la luz pública. Los ejemplos de este tipo de situaciones son numerosas como:

1. Un empresario realiza una transacción y no reporta la ganancia que obtuvo de esta.
2. Un consultor recomienda ampliar el contenido y el alcance de un encargo, por el cual recibirá mayores ingresos
3. Un auditor emite una opinión sin salvedad, para volver a ser contratado
4. Un director recibe de su empresa acciones (stock options), cuya cotización puede verse influenciada por su actuación.
5. Un analista financiero que recomienda la compra de acciones de su cartera o de un conocido

Los conflictos de intereses van a estar siempre presentes en diversas situaciones y decisiones de la vida profesional y empresarial. No todas las acciones son actuaciones inmorales, pero si esta involucrada siempre el beneficio propio que es lo que hace que una persona o una empresa entre en conflicto, ya que muchas veces es difícil dejar a un lado el beneficio propio y buscar un beneficio común<sup>13</sup>.

Un conflicto de intereses tiene lugar en cualquier situación en donde un interés interfiere, o puede interferir, con la capacidad de una persona, organización, institución para actuar de acuerdo con el interés de la otra parte, siempre que exista una obligación ya sea legal, convencional o fiduciaria, de actuar de acuerdo al interés de la otra parte<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> [http://www.bcrp.gob.pe/Espanol/normas\\_legales/Reglamento\\_Confid](http://www.bcrp.gob.pe/Espanol/normas_legales/Reglamento_Confid).

<sup>14</sup> Antonio Argandeña, documento de investigación conflicto de intereses, marzo 2004



Dentro del conflicto de intereses también existe el termino de conflicto potencial el cual se puede tomar como “el abuso de poder, cargo o posición”, esto se da cuando se tiene una ventaja sobre los demás y se hace mal uso de este para poder sacar un beneficio propio, cabe resaltar que en algunas ocasiones se beneficia a los demás pero en menor proporción.

Retomando la teoría de la agencia, la cual ya se mencionó anteriormente, el conflicto de intereses aparece cuando se cumplen tres factores:

1. Divergencia de resultados económicos , el interés del principal es difuso y de bajo valor, mientras el del agente es concreto y de alto valor.
2. Existen altos costos de información y de control para el principal.
3. Elevadas barreras de entrada, que hacen difícil la competencia de agentes rivales.

### **3.13.4 Valoración moral del conflicto de intereses**

Valoración ética sobre el conflicto de intereses:

1. No es éticamente correcto actuar en contra de los intereses de las personas que depositan su dinero y su confianza en el agente.
2. No es ético obtener un beneficio indebido, ya sea económico o de otro tipo, en el desempeño de una función, profesión o cargo. Un ejemplo es un comité de auditoria que no obliga a su dueño a revelar toda la información relevante para los inversionistas, con tal de mantener su cargo.
3. Existe la obligación de restituir y reparar el daño
4. Los conflictos de intereses que son inevitables, debe considerarse como lo que son un conflicto. Aunque el agente, como es llamado en la teoría de la agencia el director, no propicie la situación no hace que no haya consecuencias morales de su actuación.
5. En las situaciones de conflicto potencial, existe una conducta inmoral ya que no se valúa el daño que se puede ocasionar.



El conflicto de intereses está íntimamente ligado a la corrupción. Ésta se puede definir como una conducta que se desvía de sus deberes formales, como consecuencia de seguir un interés privado, ya sea de tipo económico o de rango. Por lo general cuando se sigue un interés privado se trata de buscar justificante para disminuir el cargo de conciencia y tratar de que este acto inmoral se perciba moral ante los ojos de quien ejecuta la acción.

Muchas veces en este tipo de conflicto, la búsqueda del interés privado se hace de manera inconsciente, ya que en ciertas situaciones es fácil perder la objetividad sin darse cuenta. Muchos agentes se ven como personas capaces, íntegras, confiables que inconscientemente excluyen la información que podría mostrarles cual es su verdadero perfil. Los agentes por lo general solo tienen una visión completa de su comportamiento cuando saben que pueden ser juzgados por sus dediciones.

En el siguiente capítulo se tocará el tema de ventaja competitiva para poder evaluar si la transparencia en la información financiera y la ética pueden ser consideradas como una ventaja competitiva.