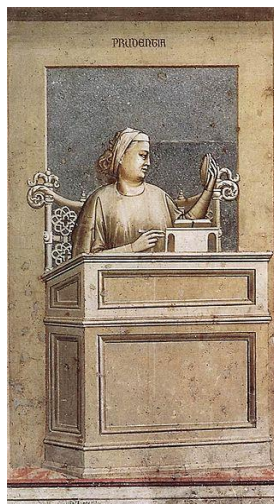


Curs d'Estiu, Col. de Llicenciats, Barcelona, juliol 2022



### VIRTUT, CONFIANÇA I REPUTACIÓ A L'EMPRESA

La teoria de les virtuts és una eina molt habitual en l'ètica de l'economia, perquè qualsevol activitat econòmica pertany a l'àmbit de la confiança. La paraula "finança" prové de l'italià "*fidúcia*", literalment la fe petita, o la confiança. Qualsevol negoci es fonamenta en la confiança. Qui inicia un negoci confia que els seus proveïdors li serviran mercaderia i els seus clients la pagaran. Altrament no emprèn.

Per això com més ampli sigui el cercle de confiança millor funcionen els països. Si no em puc refiar de les lleis comercials, del valor de la moneda o de l'estabilitat dels mercats és difícil establir relacions econòmiques. El cercle de confiança primari el constitueixen la família, els amics i la comunitat més propera (per això moltes de les empreses del segle XIX es deien "Fulanet i fills" o "hereus de fulanet"). En societats on les lleis són justes i equitatives la confiança es generalitza en forma de "societats anònimes" que funcionen per accions.

#### La confiança implica sis elements bàsics:

1. **Fiabilitat** - *Trustworthiness* (cal complir els compromisos en temps i forma, no mentir, no posar preus fora de mercat, ser honest quan es comuniquen les accions...)
2. **Respecte** (aplicació de la Regla d'Or, prohibició dels tractes degradants, del sexisme, expressions insultants, acceptació de les diferències...)
3. **Responsabilitat** (diligència, autodisciplina, actitud positiva en la feina, exemplaritat, comportament saludable...)
4. **Justícia** (actuar conforme a regles pactades, equitativament, sense culpar els altres, compartir beneficis...)
5. **Cura** (ser amable, empàtic, , tenir plans d'ajuda a persones amb necessitats especials...)
6. **Ciutadania** (col·laborar amb la comunitat amb altruisme, protegir el medi ambient, recolzar el voluntariat...)

Quan aquests elements no són respectats, es produeix una **crisi de reputació**. Una empresa explotadora, amb mal servei, sense compromís comunitari o respecte al medi natural té mala imatge i tendeix a perdre quota de mercats. El que es diu de l'empresa és dolent, costa convèncer de la fiabilitat/qualitat del producte, costa trametre les virtuts de la marca... i es perden clients. Fins a obligar de vegades a tancar l'empresa.

## Curs d'Estiu, Col. de Llicenciats, Barcelona, juliol 2022

- **Per tant en l'àmbit dels negocis l'ètica no és una qüestió purament teòrica. Una empresa que no sigui ètica acabarà per ser expulsada del mercat.**

La crisi de reputació pot ser deguda a diverses causes, però les més significatives són tres: *crisi corporativa* (els directius i l'empresa no són eficients, no compleixen les lleis, no resulten confiablès – i en conseqüència cal canviar-los), *crisi de marca* (la marca s'associa amb mal servei, amb una època passada, etc. – i per tant s'ha de fer un pla de comunicació) o *crisi de producte* (el producte no interessa, ha envellit, és massa car.. – i cal produir una altra cosa). Les crisis de reputació són especialment complexes quan es produeixen a les xarxes i mai s'hi pot respondre en calent. Per això tota empresa d'una dimensió mitjana ha de tenir plans de marca-plans de reputació.