

**RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉTICA EMPRESARIAL: IMPORTANCIA EN
EL CONTEXTO COLOMBIANO.**

Ensayo

PRESENTADO POR:

JOSE HARBEY PEÑA RAMIREZ

cd. 0105075



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA (FAEDIS)
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
DIPLOMADO EN ALTA GERENCIA**

Bogotá, D.C.

2016

Contenido

- 1. Introducción 3
- 2. Desarrollo 5
 - 2.1 Responsabilidad Social Empresarial. 5
 - 2.2 Ética y Ética Empresarial 7
 - 2.3 Programa de RSE de la Organización Corona 9
 - 2.3.1 Transaccional a toda la propuesta de corona sostenible 11
 - 2.3.2 Gestión Financiera..... 12
 - 2.3.3 Gestión Social 14
 - 2.3.4 Gestión Ambiental 18
 - 2.4 Faltas a la ética empresarial 19
 - 2.5 Corrupción 21
- 3. Conclusiones 23

Responsabilidad Social y Ética Empresarial: Importancia en el Contexto Colombiano.

“La ética no consiste en formular preceptos caídos o dictados desde el cielo, sino que es consecuencia de tomar consciencia de lo que somos”

Albert Jacquard

1. Introducción

El presente ensayo tiene como intención generar un análisis reflexivo, mediante el cual sea posible explicitar claramente la importancia del actuar ético y responsable socialmente de las empresas en el contexto colombiano.

Las constantes convulsiones de la sociedad actual, en el marco de un capitalismo salvaje, han conducido a que en ocasiones el ser humano se desligue de sus principios mismos, por diversas razones, entre ellas la avaricia, el deseo de poseer y la ambición de poder.

Al momento de conformarse una sociedad, empresa o plan de negocio, es muy común que se plantee una misión, visión, objetivos y valores corporativos; estos, generalmente implican una contribución a la sociedad de alguna manera; de esta forma se espera que cada acción de la empresa, sea emprendida con ética y represente un valor para la sociedad.

No obstante, la responsabilidad social empresarial es un concepto que se ha “puesto de moda” últimamente, y ha otorgado a diferentes empresas un reconocimiento o “estatus”, sin embargo, es importante preguntarse qué implica realmente la responsabilidad social empresarial y cómo esta es ejercida en Colombia por las empresas.

Es por esta razón que pensar sobre la ética y la responsabilidad social, debe reconocerse como un eje fundamental a analizar en cualquier profesión, ya que este tipo de reflexiones, generan un espectro en donde el profesional puede vislumbrar el impacto de cada uno de sus actos en su contexto social.

Así mismo se considera que, particularmente en estos momentos, la humanidad requiere que se tome consciencia respecto a cómo la acción propia genera implicaciones específicas en su medio. En el caso del contexto colombiano específicamente, es posible reconocer cómo desde el actuar correcto del empresario, se podría estar hablando de una contribución al cambio de paradigma social, instaurando nuevas formas de pensar y contribuyendo con ello también a la consolidación de la paz

De esta manera surge la pregunta problema principal del ensayo: ¿Cómo se comprende y aplica el concepto de responsabilidad social y ética en el contexto empresarial en Colombia?

Para responder a la anterior pregunta se revisarán los conceptos de RSE y Ética Empresarial, y sus implicaciones en el contexto empresarial en Colombia, a través del análisis del programa de RSE de una de las empresas colombianas más influyentes en el tema (Corona), y así mismo se expondrán casos de falta a la ética en casos colombianos y sus implicaciones.

2. Desarrollo

2.1 Responsabilidad Social Empresarial.

En la Constitución Política de Colombia (artículo 333 inciso 3) se plantea que la empresa como base de desarrollo tiene una función social que implica obligaciones. Esto a nivel constitucional es relevante en la medida en que, de acuerdo con Duque et, al. (2013), la actividad empresarial está íntimamente relacionada con el desarrollo económico y social del país.

Esto se puede sustentar en la Teoría Ecológica, propuesta por Bronfenbrenner (1968, citado en Wiener, 1972), quién plantea que todo conjunto u organización es un sistema conformado por micro sistemas (personas) que a su vez hacen parte de un macro sistema cada vez más amplio, en este caso el gobierno, la macroeconomía, el marco ambiental, legal, etc. De esta manera, un sistema podría ser desde una máquina, hasta una comunidad.

El concepto de sistema fue introducido por Bertalanffy (1968, citado en Wiener, 1972), quien parte del ámbito de los sistemas biológicos para definir un sistema como “un conjunto de elementos en interacción”. Complementando esta idea, en Morín, (2006) la ética es una expresión de la ecología de la acción, en la medida que indica que toda acción tiene un impacto o eco en el medio, de forma que la ética consiste en la conciencia de esta ecología.

De ahí que las empresas como sistemas, influyan en el equilibrio social, cultural, económico y político de sistemas más amplios. Es por esto que el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha empezado a tomar

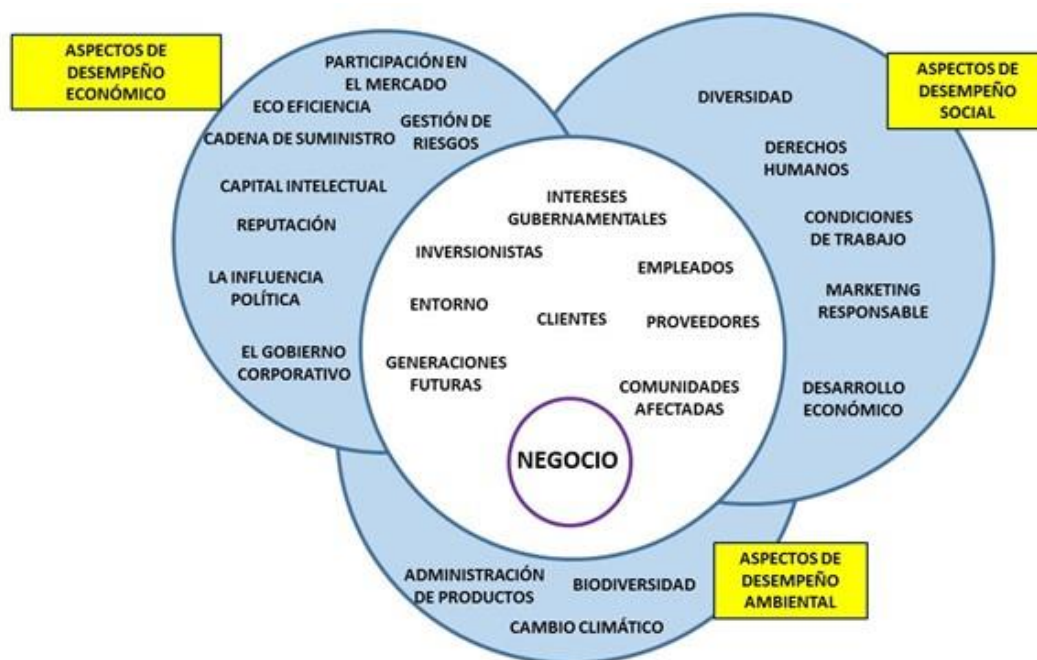
cada vez más fuerza no solo en países desarrollados sino en países en vía de desarrollo.

La Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial ONUDI (2007) define la RSE como “el modo en que una empresa alcanza un equilibrio entre los imperativos económicos, medioambientales y sociales, a la vez que aborda las expectativas de los accionistas e interesados”, e igualmente refiere que “para que una organización sea sostenible, tiene que ser segura desde el punto de vista económico, así como minimizar (o eliminar) el impacto medioambiental negativo y actuar de conformidad con las expectativas de la sociedad”.

Sin embargo no se puede desconocer que muchas empresas han “adoptado” la RSE como “moda” y pensando en un beneficio diferente al que esencialmente debería tener. En ese sentido, se ha generado un debate respecto al tema pues, como expone Duque et, al. (2013), no se sabe con exactitud qué hace a una empresa responsable socialmente ni qué tareas específicas debe ejecutar para asegurar un compromiso con la comunidad.

En el gráfico 1, se muestra un esquema respecto a la definición de responsabilidad social empresarial, el cual vale la pena tener en cuenta para el análisis posterior del Programa de RSE de la Organización Corona.

Gráfico 1 – Responsabilidad Social Empresarial - Retomado de ONUDI (2007)



2.2 Ética y Ética Empresarial

Para dar inicio a este apartado resulta imprescindible comprender a qué se hace alusión con el término *ética*, este puede comprenderse como la facultad de saber vivir de forma correcta, desde el discernimiento de aquello que resulta adecuado (Savater, 2003).

Así pues, esta acepción se relaciona con lo estipulado por Maturana y Varela (1984), quienes plantean que la ética, en sí misma, invita a pensar de forma inmediata en lo humano, sugiriendo a su vez que “todo acto humano tiene sentido ético” (Maturana y Varela, 1984) y se constituye en una “reflexión sobre la legitimidad de la presencia del otro” (Maturana y Varela, 1984), en la medida en que su esencia y fundamento es lo humano mismo.

Bajo esta lógica, Maturana et al (2000) aducen que es vital que lo ético se comprenda más allá de un saber muerto y que empiece a pensarse como aquella responsabilidad que esta encarnada en cada ser, sobre sí mismo y sobre quienes lo rodean.

Dichos autores, igualmente postulan que la preocupación ética debe trascender al individuo y hacerse visible en el momento en el que este se preocupa por el otro y por las consecuencias de las acciones que construyen con ese otro.

Como se ha mencionado hasta aquí, el individuo cobra un papel esencial en el ejercicio ético; en lo que respecta al campo administrativo específicamente, se hace meritorio retomar a Restrepo (2010), quien refiere que el profesional ético comprende que sus principios y valores no son negociables, y esto, sin lugar a dudas, se constituye en el mayor activo que pueda poseer una compañía, y le blindará, ciertamente, para enfrentar los ataques de una dinámica social que cada día parece subestimar los comportamientos éticos.

Ahondando un poco más en el tema específico de la ética empresarial, de la administración y la alta gerencia, autores como Mihi, Brabosa, & Merchan (2008) postulan que en el contexto Colombiano los mayores desafíos éticos son (i) Vivir conforme a los valores: se refiere a que los principios éticos de la compañía sean vivenciados y compartidos por todos sus miembros; (ii) Transparencia: conocer el comportamiento de la compañía, las acciones que lleva a cabo la empresa a través de sus empleados y demás grupos con los que se relaciona:

proveedores, clientes, sociedad; (iii) Corrupción; (iv) Derechos humanos: consecuencia del tema del conflicto armado que vive el país y (v) Derechos laborales.

Frente a esto, los autores plantean soluciones como el reconocimiento cabal de las leyes, las cuales permitan a su vez la generación de políticas internas congruentes y coherentes y el advenimiento de prácticas colaborativas y ejemplarizantes en el medio empresarial.

Así pues, es posible concluir que al contarse con marcos claros en relación a la ética profesional, los individuos logran construir una consciencia altamente sensible de las repercusiones de sus actos sobre sus contextos y al desplegar un accionar ético, de alguna u otra forma empiezan a generar impactos claros en su ecosistema y transformar las realidades de los mismos.

2.3 Programa de RSE de la Organización Corona

En la actualidad, la Organización Corona es un de las multinacionales colombianas más importantes del país, compuesta por seis unidades estratégicas de negocio, y cuenta con 26 plantas de manufactura en diversos países, entre ellos: Colombia, Brasil, Costa Rica, Estados Unidos, Guatemala y Nicaragua; así como también cuenta con oficinas en Colombia, México y China. La organización impacta 4 continentes y exporta sus productos a cerca de 45 países.

Es de esperarse que en un mundo que avanza a pasos agigantados y que se sumerge cada vez más en el fenómeno de la globalización, empresas como la organización Corona emprendan iniciativas de desarrollo sostenible y

responsabilidad social empresarial (RSE), con la intención de cuidar y aprovechar al máximo cada recurso del que disponen.

A continuación, se esboza y presenta la iniciativa en relación al desarrollo sostenible adoptada por la Organización Corona, que tal como se observa en el gráfico se organiza sobre 6 ejes rectores, los cuales son denominados por la empresa como “Las seis promesas de sostenibilidad”.

La organización Corona, define su proyecto de sostenibilidad, denominado, “*Corona Sostenible*”, como un compromiso de desarrollo con la sociedad y el planeta, desde la perspectiva de la triple cuenta de resultados, es decir, en términos sociales, económicos y ambientales (ver gráfico 2).

Gráfico 2: Esquema del programa de Desarrollo sostenible Organización Corona.



Con la intención de permitir una comprensión más abarcadora de cada una de las “promesas de sostenibilidad” estipuladas por la *Organización Corona*, se analizó la información en cada uno de los seis focos o “promesas”. De igual forma, dichas promesas se agruparon según el ítem del “enfoque del triple resultado final” al que pretende apuntar, entiéndase por esto:

- a. Gestión financiera: compuesta por enfoque al cliente y competitividad.
- b. Gestión Social: compuesta por promoción del recurso humano e impulso del desarrollo social.
- c. Gestión Ambiental: compuesta por responsabilidad con el medio ambiente

2.3.1 Transaccional a toda la propuesta de corona sostenible

Promesa 1: innovación

Descripción

El objetivo principal de esta promesa es satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes y consumidores.

¿Cómo?

Mediante estrategias innovadoras, cuya intención es entregar al mercado productos novedosos, desarrollando nuevos y mejores procesos de manufactura, implementando mejores prácticas organizacionales y diseñando nuevos modelos de negocios, aumentando con ello la competitividad.

Resultados 2014

La organización Corona logró para el 2014, teniendo en cuenta las necesidades de los consumidores lanzar y desarrollar innovadores productos y colecciones, para lo se invirtió de manera importante en nuevas tecnologías. Algunos ejemplos de lanzamientos son: Colcerámica incluyen pisos con tecnología de Alta Resistencia al Deslizamiento (ARD) y el sanitario Smart que asegura un consumo de agua de 4 a 9 litros en promedio.

2.3.2 Gestión Financiera

Promesa 2: enfoque al cliente (crecimiento)

Descripción

Es definida como la intención de asegurar un crecimiento rentable a través del fortalecimiento de los mercados actuales, la expansión hacia mercados potenciales y la incursión en nuevas categorías de productos y servicios, siempre buscando ofrecerle un servicio excelente a clientes y consumidores.

¿Cómo?

Mediante estrategias de ampliación del mercado y adquisición de nuevos espacios productores; ejemplo de ello, adquisición de Incesa y la marca American Standard para Centro América, y de ERECO; y la puesta en marcha de nuevas plantas de producción, en nuevas regiones del mundo con la intención de abastecer y suplir las necesidades de diversos países, entre ellas la planta en Brasil: Companhia Sulamericana de cerámica. E igualmente generación de nuevos formatos comerciales de Homecenter (Car center – Constructor Stand Alone).

Resultados 2014

Es posible observar que las diversas estrategias implementadas en relación al enfoque hacia el cliente y con ello el crecimiento de la compañía, generaron mayores márgenes de rentabilidad; pues al innovar y abarcar nuevos mercados a través de formatos novedosos y mediante la ampliación de la compañía, a través la adquisición de nuevas plantas, se lograron generar mayores rangos de producción y cubrimiento de las necesidades de los clientes y consumidores de la empresa, en tiempos más cortos, aumentando con ello la eficiencia, eficacia y efectividad y generado un crecimiento en ventas del 13%.

Promesa 3: competitividad

Descripción

Esta promesa es comprendida como la intención de hacer de Corona una empresa más competitiva en los mercados en los que participa dentro y fuera de Colombia, que responda de manera oportuna a las expectativas y necesidades de los clientes y consumidores.

¿Cómo?

Reestructurando costos y gastos a través de la metodología de mejoramiento del Kit Corona generando ahorros por más de \$24 mil millones. De igual forma, implementando, proyectos de conducción eficiente, entre otros; y avanzando

mediante los Assesment tecnológicos en el cierre de brechas de la situación tecnológica actual frente al estado del arte vigente siendo más eficientes y por lo tanto más competitivos.

Resultados 2014

La Organización Corona ha logrado ser más competitiva en el mercado aumentando su eficiencia manufacturera, reduciendo las ineficiencias y mejorando las condiciones de proceso de producción, convirtiéndose este en un proceso más ágil y con mayor diligencia que solventar de forma eficiente las necesidades de los clientes.

2.3.3 Gestión Social

Promesa 4: Promoción del recurso humano

Descripción

La intención de esta promesa es contar con un equipo humano competente y comprometido, que esté orgulloso de pertenecer a la Organización y que disfrute haciendo su trabajo. Y que además de ello, dicho equipo pueda estar convocado por líderes que lo orienten hacia el logro de resultados extraordinarios.

¿Cómo?

Mediante el desarrollo de estrategias empresariales como:

- a. Escuela de liderazgo: es un programa que fortalece el desarrollo de los líderes para lograr transformaciones a través de cuatro ejes: Aseguramiento de los

resultados del negocio, desarrollo del talento a su cargo, fortalecimiento de la cultura Corona, y gestión de un clima laboral favorable.

b. Programa de Habilidades Conversacionales, dirigido a los socios estratégicos de todas las unidades de negocio con el fin de desarrollar competencias y habilidades como coach y agente de cambio.

c. Generación de un clima organizacional que favorezca la productividad y el desarrollo integral de los colaboradores, asegurando el crecimiento del recurso humano, de la empresa y de la sociedad misma.

d. Programa Best Buddies: proyecto a través del cual Homecenter contrató de manera directa e indefinida a 130 colaboradores en condición de discapacidad física, cognitiva y/o sensorial.

e. Red en acción: programa mediante el cual se beneficiaron 100 colaboradores con donación de productos, diseño arquitectónico y donación económica.

Resultados 2014

Con la intención de evaluar la percepción del clima organizacional se aplicó la metodología Great Place To Work – gptw, con resultados sobresalientes.

Este análisis permitió que la Organización Corona postulara y emprendiera estrategias de mejora como consolidar una red de trabajo con cajas de compensación familiar y entidades públicas, entre ellas el ICBF, buscando implementar acciones orientadas al mejoramiento integral de las condiciones de vida de los colaboradores y sus familias (incluyendo apoyo en niveles como la asesoría psicológica, economía y finanzas familiares, prevención de la violencia intrafamiliar, prevención de adicciones, temas de vivienda entre otros.); e

igualmente el desarrollo y creación de otro tipo de iniciativas de crecimiento y formación para el recurso humano.

Promesa 5: Impulso del desarrollo social

Descripción

La organización Corona, considera como primordial el desarrollo de las regiones en donde opera, esta es una de las premisas en las que se fundamenta su actividad. Así pues cimientan su promesa en impulsar el desarrollo social, lo que implica generar impactos positivos en los trabajadores, sus familias y las comunidades que se traduzcan en el mejoramiento de sus condiciones de vida.

¿Cómo?

Mediante el Sistema de Relacionamiento, según la cual se define la forma en que la compañía se relaciona con su entorno y desarrolla los compromisos establecidos en el Plan de Sostenibilidad Social. Este sistema permite a la compañía priorizar los aspectos relevantes en los que debe centrar sus esfuerzos de trabajo con cada uno de los grupos de interés, aprovechando las fortalezas y competencias organizacionales para articular alianzas público privadas, influir en políticas públicas a nivel local o nacional y promover el desarrollo de una cultura de buena ciudadanía corporativa, con miras a implementar programas y proyectos que mejoren su calidad de vida.

Igualmente, a través de:

1. El voluntariado Corona a través del cual se apoyan causas sociales en las zonas de influencia en las que se desarrolla la compañía.

2. Banco de materiales: consiste en un programa que apunta al mejoramiento de las condiciones físicas de las viviendas de los colaboradores, por medio de la asignación y entrega de producto, en calidad de obsequio.
3. Donaciones en especie a entidades sin ánimo de lucro y entidades territoriales, el cual tiene como objetivo principal contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades ubicadas en sus zonas de influencia con proyectos de infraestructura física.
4. Corona es tu casa: es una iniciativa que permite el acercamiento de Corona a la comunidad y a las administraciones locales de nuestras zonas de influencia, propiciando el intercambio de ideas y opiniones en torno a temas relevantes para el desarrollo de la comunidad de la región.
5. Proyectos en alianza con la fundación Corona: La Fundación Corona es un aliado estratégico de Corona para el desarrollo de diversos programas y de proyectos alineados con el cumplimiento de políticas públicas o de metas relevantes para el país, fuera de las zonas de influencia directa.
6. Premio corona pro hábitat: a través del cual se ha promovido el mejoramiento del hábitat popular y la sostenibilidad ambiental, siendo hoy una ventana para que profesionales y estudiantes de arquitectura, ingeniería y diseño industrial puedan dar a conocer sus ideas, hallazgos y talento.

Resultados 2014

La Organización Corona ha logrado impactar positivamente la realidad tanto de sus colaboradores (niveles internos), mediante posibilidades de mejoramiento de la calidad de la vida de los mismos; como de las zonas en donde tiene influencia

directa (sistemas externos) y aquellas con las que no a través de la fundación Corona.

La compañía ha aportado en proyectos de diversas áreas como educación, construcción de viviendas y escuelas, entre otros.

Igualmente, a lo largo del tiempo ha establecido sistemas que le permiten retroalimentar su labor social y evaluar la misma haciendo las transformaciones necesarias para que sus esfuerzos en el impulso de desarrollo resulten adecuados.

En el 2014 se generaron alianzas para tener un voluntariado con un mayor impacto en las comunidades de influencia. De esta manera, se cerró el año con 18 jornadas de mejoramiento a instituciones educativas y/o servicios sociales, 12 jornadas ambientales y 14 mentores participando en Red Endeavor. Lo anterior equivale a 10.320 horas donadas, y más de 17.000 beneficiarios.

También es importante resaltar que se buscó robustecer la cadena de valor a través de un diagnóstico en sostenibilidad que se realizó con 52 de los principales proveedores de Corona. Con 19 de ellos se definió un plan de acción detallado que busca su desarrollo y crecimiento, y que se implementara en el 2015.

2.3.4 Gestión Ambiental

Promesa 6: Responsabilidad con el medio ambiente

Descripción

Corona está comprometida con alcanzar la sostenibilidad ambiental de todas sus operaciones. Asegurando la gestión de los riesgos e identificando oportunidades de mejora que nos permitan alcanzar la más alta eficiencia posible en el uso de los

recursos naturales y minimizar el impacto de las huellas operaciones en el medio ambiente.

¿Cómo?

Mediante la generación y construcción de esfuerzos que permitan:

1. Implementar buenas prácticas de gestión del recurso hídrico en los procesos de la compañía.
2. El diseño de un portafolio bajo en el consumo de agua.
3. Eficiencia energética en las operaciones
4. Disminución en las emisiones de gases efecto invernadero

Resultados 2014

La compañía ha presentado grandes logros respecto al ahorro del consumo energético que superara el 5% frente a la línea base; e igualmente, en la reutilización de agua basada en los ciclos cerrados (cero vertimientos) en las plantas, en la que se llegó a un 62% de recirculación, lo que acerca cada vez más a la empresa a tener una huella gris de cero. Resulta importante mencionar que durante el año 2014 no se evidenció trabajo en relación a la generación de productos sustentables.

2.4 Faltas a la ética empresarial

En la revisión documental realizada, se encuentra en el artículo de prensa presentado por González (2000), algunas de las faltas a la ética profesional y empresarial; en este, se muestran claramente algunas de las infracciones más sonadas en el territorio nacional, a causa de una mala praxis de algunos

profesionales de la administración y contaduría, presenta los casos del Grupo Interbolsa, Saludcoop y sociedad de Autores y Compositores de Colombia (Sayco) y desfalcos a la Dian.

Refiriere igualmente que existen cerca de 1.053 procesos en marcha, de los cuales 419 son irregularidades cometidas por personas o firmas auditoras contra la Dian, y los 634 restantes corresponden a otros casos. Así mismo el artículo menciona que ante esta situación el director de la Junta Central de Contadores, Julio César Acuña, anunció medidas drásticas.

Sin duda alguna, este tipo de notas informativas de los medios, generan un alto impacto respecto a la percepción de la población en relación al quehacer del contador público, y afectan en gran medida al gremio. Por otro lado, constituyen en sí misma una laceración al código ético de los profesionales de la administración y la contaduría y dañan la relación sociedad – empresa, mermando la confiabilidad y credibilidad de los procesos que desde la disciplina se emprenden.

Así pues implica un doble trabajo, en la medida en que no solo se trata de seguir los códigos éticos estipulados, sino que también hay que hacer frente a este tipo de hechos maléficos, generando reparaciones a la sociedad.

Ahora bien, en la investigación de Duque (2012), este autor va más allá del fraude mismo, e introduce definiciones relevantes para el presente ejercicio como ética, la cual comprende como “el comportamiento normalmente correcto, que lo acepta la sociedad y lo considera como un acto de -buena fe- y de buenos principios de parte de una persona”; seguido a esto, sienta una diferenciación con moralidad; y posteriormente pasa a mencionar lo que en cierta forma se espera de

las empresas definiendo así: que se espera que estas actúen de buena fe, que sean éticas, morales y profesionales.

Destaca casos de fraude a nivel Internacional y Nacional, entre los nacionales manifiesta lo referido a Foncolpuertos y la junta Central de Contadores, en donde señalan delitos como acciones de ocultamiento u omisión de información, manipulación de información financiera presentando hechos que no corresponden a la realidad, evasiones tributarias, robos, malversaciones de activos, atrasos en registros, entre otros.

Este interesante documento permite observar de manera específica cuáles son los mayores delitos y fraudes que se cometen por algunas empresas en términos de administración y recursos, información que resulta interesante puesto que permite dar cuenta de cómo en éstas áreas, la ética es un pilar fundamental sobre el que se cimientan los procesos de transparencia, confianza, lealtad, fidelidad, etc.

2.5 Corrupción

Como se ha visto, la ética es una actitud que involucra una serie de principios, creencias y acciones que dirigen el comportamiento del individuo y de la organización. Así pues, existen prácticas que tergiversan el actuar ético, como es el caso de la corrupción.

Así pues, resulta interesante traer a colación lo estipulado por Saiz, Mantilla y Cárdenas (2011), quienes retoman los planteamientos de Boehm (2005, p.48), respecto a la comprensión de la corrupción como “el abuso del poder público con fines privados, siendo abuso toda conducta que se desvía de reglas formales o

informales”; ante lo que los autores agregan que “... en las prácticas corruptas se ven implicados funcionarios y servidores públicos, con ocasión del ejercicio de sus cargos” Saiz, Mantilla y Cárdenas (2011).

Igualmente, Misas (2005.a, p. 35, citado en Saiz, Mantilla y Cárdenas, 2011) aduce que los actos corruptivos se caracterizan especialmente por ser transgresiones al sistema normativo, cuya finalidad es recibir ganancias personales adicionales.

Respecto a la historia de la corrupción, Ruendes (2014) afirma que este ha sido un flagelo que ha tenido lugar a lo largo de la historia, señalando que la misma ha parecido en diversos sistemas de organización y épocas como la monarquía, la edad media, entre otras.

En cuanto al caso específico de Colombia, Borda (1999) manifiesta que este ha sido un fenómeno que ha perdurado en el tiempo, aduciendo esto a factores específicos del contexto como la guerra, el narcotráfico, entre otros. Manifiesta que en el territorio nacional, este problema se ha encarnado en diversas formas, entre las que enuncia: El cohecho, el peculado y el nepotismo.

Desde este punto de vista, la corrupción es una clara muestra del actuar falto de ética, en la medida en que se ponen intereses personales sobre intereses comunes y sobre el fin real de la organización o del actuar profesional.

Ahora bien, los efectos de la corrupción son diversos, desde el punto de vista económico, la corrupción deprime el desarrollo de los países y afecta la normal provisión de los servicios públicos. Es así como en lugar de una competencia honesta, la corrupción afecta el comercio desde prácticas como el soborno, lo que desmotiva nuevas inversiones, nuevas investigaciones e

innovación, pues crea distorsiones donde algunos grupos o individuos pueden beneficiarse más que otros (Saiz, et. al, 2010).

Así mismo, la corrupción tiene un impacto cultural, pues se crea una “cultura de corrupción” en las organizaciones, por ejemplo, la corrupción incentiva el clientelismo e interfiere en decisiones con un alto impacto (Pegoraro, 1998).

En Colombia son frecuentes y abundantes los casos de corrupción dentro del ámbito organizacional, en donde se manipulan cifras, se manipulan los precios del mercado, se contratan personas por vínculos personales y no por las competencias o habilidades, etc. De esta manera, en diferentes casos se ha conocido cómo empresas han omitido información importante frente a los medios para evitar sanciones, multas o rechazo social.

Este tipo de prácticas configuran pautas muy específicas en donde la corrupción se normaliza y en medio de lo colectivo se van perdiendo las prácticas éticas. Es así como la corrupción - metafóricamente- desprende un efecto “bola de nieve” que empieza desde los sistemas más amplios como el Estado y la empresa, hasta llegar a las familias y personas como tal.

3. Conclusiones

El presente ejercicio permite concluir que se hace necesario implantar una visión respecto a la ética y la RSE como pilar fundamental de la práctica empresarial, en donde los profesionales sean conscientes de lo anterior y se conviertan en constructores cotidianos de ética y RSE; lo anterior, resulta de importancia imprescindible, pues desde la profesión del graduado de alta gerencia, se pueden

desprender grandes cambios de paradigmas a nivel social y transformar a su vez el país.

Así pues, la ética se convierte en un compromiso de todos y para todos; es por esto que esta profesión y todas en general, no pueden hacerse ciegas ante esta realidad y deben emprender acciones en pro de favorecer la misma, convocando a todos los entes implicados y haciendo un llamamiento desde la academia, y desde la sociedad como tal, a formar profesionales y personas integrales.

De acuerdo con Bowen (1953, citado en Duque et. Al, 2013), todas las acciones tomadas por los empresarios impactan en la sociedad, por lo que la RSE hace referencia a las obligaciones de los empresarios de aplicar políticas y tomar decisiones según líneas de acción que sean deseables para la sociedad y para el desarrollo de sus valores. De esta manera, las organizaciones deben garantizar la implementación de políticas, programas, estrategias, y acciones en pro de la sociedad como un acto de responsabilidad y ética. Un ejemplo de esto es el programa de RSE ejecutado por la organización Corona, que como se expuso, presenta un completo plan de ética y responsabilidad social, lo que la ha llevado a estar catalogada como una de las empresas más reconocidas en este tema.

Así pues, tras la revisión a profundidad del material disponible emitido por la organización Corona, se considera que la compañía cuenta con un excelente programa de Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad, en el cual se han pensado de forma estratégica y cautelosa todas y cada una de las directrices del mismo, articulándose estas de forma congruente y concisa con cada una de las “promesas sostenibles” estipuladas en el programa; se concluye que a nivel de

resultados la organización Corona logra alcanzar las metas que se había trazado para el año 2014, y no se observan falencias significativas.

De igual forma, se rescata como sobresaliente el hecho de que la innovación sea transaccional a los diversos procesos que maneja la entidad; pues la inventiva lleva a la compañía a desarrollar y proponer mejoras y oportunidades de crecimiento constantes.

A modo de reflexión personal se puede decir que la ética en el contexto organizacional debe ir encaminada desde un actuar personal, pues en la medida en que se revise y controle la acción individual, esta tendrá un eco en la acción global. Muchas veces se observa que las dinámicas y relaciones de la empresa, son reflejo de los directivos. Es por esto que el líder organizacional tiene una gran responsabilidad en ser coherente con lo que propone y lo que ejecuta en su actividad cotidiana pues su ética va a estar en juego en todo momento.

La ética entonces puede ser vista desde la acción más simple dentro de la cadena de funcionamiento de la organización, hasta la actividad más compleja y externa. La reflexión suscitada a través de lo expuesto en el presente ensayo se basa en que el individuo tiene la responsabilidad de ser consciente de sus actos y de los impactos que estos generan en los contextos en los que se desarrolla. Así mismo, tiene la obligación moral de denunciar las faltas de ética que evidencia en su entorno, pues ese posiblemente sea un problema silencioso que ataca a nuestra cultura y es la falta de compromiso con lo social y lo colectivo, lo que lleva a la indiferencia y la ignorancia de lo que sucede en el país que podría ser denunciado pero que se evita por proteger intereses personales, lo cual es también una falta a la ética.

Finalmente, se considera relevante que se amplíen las investigaciones respecto a estos temas de forma que se establezcan bases cada vez más sólidas para tanto para las nuevas empresas como para las existentes, a través de un reconocimiento de la importancia de la práctica ética y responsable de las mismas.

Referencias

Constitución Política de Colombia (1997). Artículo 333 inciso 3. Bogotá. Legis.

Corona. (2015). Dónde estamos. Recuperado de: <http://www.corona.co/nuestra-empresa/quienes-somos/donde-estamos>

Corona. (2015). Quiénes somos. Recuperado de: <http://www.corona.co/nuestra-empresa/quienes-somos/perfil-corporativo>

Corona (2015). Informe de sostenibilidad: seis promesas sostenibles, generando impactos positivos. Recuperado de: <https://s3.amazonaws.com/static.corona.co/sostenibilidad/InformeSostenibilidad2014.pdf>

Corona. (2015). Nuestra historia. Recuperado de: <http://www.corona.co/nuestra-empresa/quienes-somos/nuestra-historia>

Corona. (2015). Corona sostenible. Recuperado de: <http://www.corona.co/nuestra-empresa/corona-sostenible>

Duque, I. (2012). El fraude VS ética en el desempeño del contador a nivel nacional e internacional. Recuperado de: <http://slideplayer.es/slide/3534121/>

Duque, Y., Cardona, M. y Rendón, J. (2013). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. *Cuadernos de*

administración Vol. 29. Recuperado de:

<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>

González, F. (2000). Contadores en la mira. Recuperado de:

<http://www.eltiempo.com/economia/indicadores/contadores-de-los-grandes-escandalos-del-pais/13994576>

Maturana, H., & Varela, F. (1984). *El árbol del conocimiento. Las bases biológicas del entendimiento humano.* . Argentina: Lumen Editorial Universitaria.

Maturana, H., Montt, J., Maldonado, C., Da Costa, M., & Franco, S. (2000).

Bioética: La calidad de vida en el siglo XXI. Bogotá: El Bosque.

Morín, E. (2006). *El método 6, ética.* Paris: Francia

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial. (2007) ¿Qué es

la RSE?. Recuperado de: [http://www.unido.org/es/que-hacemos/creacion-de-capacidad-comercial/responsabilidad-social-empresarial-para-la-integracion-de-los-mercados/que-es-la-rse.html#pp1\[g1\]/0/](http://www.unido.org/es/que-hacemos/creacion-de-capacidad-comercial/responsabilidad-social-empresarial-para-la-integracion-de-los-mercados/que-es-la-rse.html#pp1[g1]/0/)

Ruendes, Y. (2014). "Malversación de fondos en inversión para infraestructura en Colombia". Director: Luis Gabriel Ferrer. Universidad Militar Nueva

Granada, Facultad de ciencias Económicas.

Saiz, J, Mantilla, S y Cárdenas, J. "Corrupción: una descripción del concepto y de las limitaciones metodológicas para su medición" [En línea]. *Revistas La Salle.* Enero – Junio 2011 n° 4.

<<http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/viewFile/299/233>>

Wiener, N. (1972). *Cibernética, Comunicación y Cultura.* Buenos Aires: Nueva Visión.