

ÉTICA EMPRESARIAL

YELENA CAMPOS VÁSQUEZ
SANDRA C. REY TOVAR

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

BOGOTÁ ABRIL DE 2012

ÉTICA EMPRESARIAL

PRESENTADO POR: YELENA CAMPOS VÁSQUEZ
SANDRA C. REY TOVAR

PRESENTADO A DOCENTE: FANETH SERRANO LEDESMA

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

BOGOTÁ ABRIL DE 2012

INTRODUCCIÓN

Abordar el tema de la ética empresarial es sin lugar a dudas una reflexión del ser en sí mismo, de cómo el comportamiento personal, considerado propio e insondable y las creencias influyen en el ámbito empresarial y como a través de una concepción clara de lo que representa cada uno de los actos que se realizan se adaptan a la personalidad y permiten aplicarlos libremente en todos los ámbitos de la vida empresarial. Es tratar de entender la dimensión colectiva por encima de las voluntades individuales. Los seres humanos buscan encontrar en el entorno un sentido que motive a enfrentar los retos de la vida y teniendo en cuenta que el trabajo ocupa una buena parte del tiempo se busca que la ética canalice la necesidad personal de sentido en las actividades empresariales.

Es necesario en la época actual darle la connotación y relevancia necesaria no solo al entendimiento de lo que es la ética sino también cómo a partir de una pedagogía permanente que la convierta en una verdadera disciplina guie y fundamente la razón de ser de las empresas, en la medida que permitan examinar las exigencias de sentido o de valores éticos para que la conducta colectiva o individual, propia de las empresas, esté de acuerdo con la dignidad humana.

Es así, como el presente trabajo pretende a partir de una aproximación del concepto de la ética y algunas reflexiones personales, proponer un programa de educación de la ética como factor fundamental para el desempeño, permanencia y futuro de las organizaciones.

CAPITULO I

Valores Éticos Empresariales:

El interés por la temática de la ética empresarial, es un llamado por el comportamiento carente de ética de las empresas. Pero la reflexión se ha centrado en un análisis de cómo combatir las actuaciones faltas de ética y como prever que no proliferen en el desempeño de las organizaciones.

Sin embargo, es necesario analizar y entender el concepto de la ética y su aplicación e importancia en la existencia de la organización empresarial. Por consiguiente, y con el fin de tener un referente objetivo de reflexión se analiza a partir del momento en el cual empezó a concebirse la ética empresarial y cómo a través del tiempo se ha ido cambiando dicha concepción desde diferentes perspectivas, pasando de una justificación religiosa-teológica a una concepción de reflexión ética específica sobre el estatus moral de las empresas sin dejar de lado el ser humano en su concepción individual.

Las argumentaciones de tipo religioso, buscaron aplicar determinados planteamientos morales al mundo de la empresa y los negocios. Como consecuencia de la guerra de Vietnam, durante los años sesenta se produce una creciente movilización contra aquello que identifica a la cultura estadounidense. Se cuestionan las actividades de las empresas a partir de las consecuencias sociales de sus actuaciones y se critica el papel imperialista de las empresas norteamericanas en los países del Tercer Mundo.

Estas preocupaciones por las consecuencias sociales de las actuaciones empresariales llevaron a formular el concepto de la *responsabilidad social de la empresa*. Lo más importante es el cambio de perspectiva: se pasa de la persona a la organización en el tratamiento de los problemas.

Este cambio gradual se hace desde el supuesto de que existe un contrato social implícito entre la sociedad y la empresa: la empresa tiene obligaciones con respecto a la sociedad y tiene que elaborar su política sabiendo que tendrá que dar cuentas ante la sociedad.

Los años sesenta fueron un período de expansión de la reflexión académica sobre las obligaciones de las empresas hacia los diversos grupos sociales, lo mismo que sobre la relación entre desarrollo humano y crecimiento económico.

Se siente la necesidad de una formación económico-social en el mundo universitario, la cual se realiza mayoritariamente en el marco de instituciones vinculadas a iglesias cristianas. Pero, hacia finales de los años setenta y primeros años de los ochenta aparecieron nuevas perspectivas y preocupaciones que van consolidando la ética empresarial como especialidad disciplinar. A partir de entonces la producción académica comenzó a crecer y a sistematizarse formalmente.

Sin embargo, en el análisis de la ética empresarial como especialidad disciplinar, no puede dividirse la ética como si fuesen comportamientos aislados y condicionados al momento, ocasión o disciplina por cuanto el ser humano no es independiente y la ética tiene una doble concepción la de la moral y la de la libertad, en el entendido que sin ética no hay libertad, y el ser humano debe ser ético en todas las circunstancias de la vida. No se concibe una ética empresarial sin seres humanos éticos, por cuanto las empresas están conformadas por seres humanos.

No es aceptable la distinción de ética en diversos campos, la ética cívica, la ética profesional etc., una persona es ética y todo cuanto realice está signado por esa característica individual y social de tener un orden moral.

El comportamiento ético, se refiere a la conducta asumida sobre normas sociales generalmente aceptadas respecto de acciones que se consideran buenas y las que se consideran dañinas o nocivas.

A través del comportamiento ético se genera confianza y se logra una vida plena, en la medida que se alcanza un autodesarrollo integral, espiritual, físico, intelectual, volitivo, afectivo, estético, social. Se pueden priorizar, pero no darle el carácter absoluto a unos y no considerar otros porque se fragmenta el ser humano.

Es así, como en la empresa se deben privilegiar principios básicos como son: respeto por las personas, buena fe, confianza, cumplimiento, ayuda reciproca. Las acciones empresariales son acciones humanas y como tales caen en el ámbito de la ética.

En el sector empresarial existe un “vacío ético”, pues en muchos casos la concepción de la economía margina la ética y los valores morales. El desempeño empresarial concede la mayor relevancia a la subsistencia en un mundo competido y globalizado, aún a costa de sacrificar valores, reglas morales y normas elementales de convivencia y conducta personal. Y es que para entender el contexto actual no puede desligarse el concepto de la nueva empresa donde para sobrevivir requiere de variados conocimientos, mayor responsabilidad, gente capaz de hacer juicios de valor, de tomar decisiones, de trabajar en equipos multidisciplinarios.

El futuro de una empresa debe basarse precisamente en un concepto de ética empresarial, pues ello garantiza un futuro viable, en la medida que la ética debe vivirse como una verdadera cultura donde todos los miembros encuentran un verdadero sentido a su vida; y un enorme desafío pero a la vez la gran oportunidad de progresar.

En el mundo empresarial se presentan diversos e inevitables dilemas éticos, como el tratar de entender porque una persona catalogada de altísimo desempeño administrativo y por ende buen administrador puede tomar malas decisiones éticas en una empresa y que ellas terminen siendo aceptadas y validadas por la organización.

La ética de los negocios influye de manera decisiva en la ética de la sociedad. Y si se considera que el mundo de los negocios es corrupto, es casi que ineludible la aseveración de que la sociedad también lo es. Henry Ford dice: *Nadie que emprenda un análisis de nuestra sociedad puede desligar de éste al mundo de los negocios, que es el producto de su evolución histórica.*”

¿Se trata de moralizar el mundo de los negocios? ¿En una sociedad cuya base es la economía de mercado puede hablarse de ética de los negocios? Ante estos planteamientos se debe crear la oportunidad de que los ciudadanos observen de cerca el mundo mercantil, porque al fin y al cabo hacen parte de él. El problema de la ética empresarial es cómo combinar eficiencia económica con libertad individual, equidad social y respeto por los valores absolutos.

Es necesario construir una economía con ética y valores morales, que permitan estar preparados para responder a los retos futuros y para perdurar en el tiempo con éxito. La única ventaja sostenible, duradera y competitiva que una organización tiene sobre otra, radica en su alta confianza, su liderazgo basado en principios y su cultura.

El cumplimiento de una gestión estratégica debe darse bajo los principios y filosofía que integran los conceptos de ética y moral. Se enmarca en una “declaración de valores” es el credo de una empresa.

La ética empresarial es rentable en la medida que puede conseguir lo que el dinero no puede comprarLa confianza....., evita problemas de corrupción-demandas-pérdidas millonarias-robos-escándalos que pueden llevar a un perjuicio económico, motiva a empleados, accionistas y clientes, se genera más eficiencia-inversión y demanda. Genera paz y felicidad a las personas. La ética es un bien en sí mismo.

La ética empresarial debe ofrecer un modo de resolver moralmente los conflictos Según (M. T, Brown) “aunque pueda resultar extraño, no es que la gente sea más ética, sino que sea capaz de tomar mejores decisiones”.

La propuesta se enmarca en una pedagogía en valores, que sustenten el quehacer de la empresa, como un diario vivir y no como una condición adicional para el desempeño. Un fuerte sentido de liderazgo, ética y responsabilidad en los negocios se requiere hoy en día para responder a las expectativas y a los requerimientos de la sociedad. La confianza en los hombres de negocio y en directivos de las empresas ha disminuido y esto conlleva graves implicaciones para la sociedad y para el comercio en general.

No es fácil pensar en cual es el camino más eficaz para formar y orientar a las personas en ser rectas, a obrar con convicción y evitar refugiarse en conformismos. Se necesita mucho esfuerzo y trabajo para definir y analizar las realidades sobre las cuales se mueve la conducta de los seres humanos en su dimensión moral y para encontrar solución a los conflictos de valores.

La educación de los hombres de negocios tiene que ver no solo con competencia, sino también con responsabilidad; no solo con habilidades sino también con actitudes. Es urgente la creación de una conciencia de responsabilidad social y ética en los negocios.

La enseñanza de la ética en el contexto de la empresa, pretende buscar el equilibrio entre los valores, el conocimiento y las aptitudes o habilidades, todas son importantes y no puede desligarse una de otra. Es pensar en un modelo que defina cuales deben ser los atributos que debe tener el líder para hacer frente a los retos y desafíos que el mundo actualmente impone.

La ética aplicada a las empresas en los sectores público, privado o mixto ha ido adquiriendo creciente importancia durante los últimos años. Sus representantes más importantes vienen de los Estados Unidos, donde la investigación en esta área se desarrolla profundamente. En otros países, la concienciación de los dilemas éticos generados por las empresas está creciendo paulatinamente.

En el caso de Inglaterra, varios investigadores han reportado un bajo interés en el área, comparado con Estados Unidos, pero una tendencia creciente del interés académico y empresarial en los últimos años (Webley, 1997; Nicholson y Robertson, 1996). De igual manera que en la ética, las definiciones de la ética empresarial son muchas y dependen del marco de referencia en el cual son producidas.

Verstraeten (1998, p. 112) afirma que la ética empresarial es “una investigación de las opiniones, valores y modelos de comportamiento de los empresarios, gerentes y empleados, así como de las consecuencias de los comportamientos éticos o no éticos de las empresas”.

También se dice que no es una teoría abstracta sino un cuerpo de conocimientos prácticos, orientados al tratamiento de las decisiones de negocios que envuelven dilemas éticos o conflictos de valor.

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 centra en la rentabilidad y el comportamiento ético es sólo un medio para asegurar el cumplimiento de esta misión, es decir, una buena ética significa un buen negocio.

Contrariamente, 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 de comportamiento a la misma (Quinn y Jones, 1995).

También, ser una empresa ética significa cumplir el contrato social (Donaldson y Dunfee, 1994) que se refiere al derecho que la sociedad le da a las organizaciones para funcionar y generar utilidades, en contrapartida la sociedad exige que la empresa brinde beneficios a los empleados, la comunidad y el medio ambiente; si una organización no satisface adecuadamente estas necesidades, la sociedad puede finalizar el contrato y demandar el cierre de la empresa que incumplió.

Varios autores (Kenyon, 1998; Verstraeten, 1998; Webley, 1997; Soule, 1998; Knouse y Giacalone, 1992; Wiley, 1998; Riordan et al., 1997) resaltan la importancia del papel que los gerentes desempeñan en el liderazgo del comportamiento de las organizaciones para cumplir el contrato social.

Se puede afirmar que a pesar que la ética personal y la ética empresarial no son la misma cosa (Vestraeten, 1998), si hay una relación importante entre ellas y no se puede hablar de ética empresarial sin tomar en consideración aspectos clave de la ética individual.

Whetstone (2000) propone un enfoque tripartito de la ética empresarial que combina tres perspectivas diferentes, buscando una minimización de los riesgos inherentes cuando sólo se aplica una o dos perspectivas y una maximización de los beneficios derivados de la sinergia de las tres.

Este enfoque va desde la aproximación consecuente o teleológica, basada en las consecuencias de los comportamientos y el análisis costo-beneficio de los actos, pasando por la visión deontológica, basada en los deberes y normas éticas, hasta la ética de las virtudes, basada en el desarrollo del carácter individual de los agentes éticos.

La Responsabilidad social es una de las áreas más importantes dentro de la ética empresarial y se refiere a la obligación que tienen las empresas de responder a las necesidades y expectativas de sus empleados, la comunidad y la sociedad. La Responsabilidad social está enmarcada dentro de la ética e involucra respeto por las personas y por el medio ambiente.

Las presiones externas (por ejemplo: gobierno, las leyes, los consumidores, los grupos de opinión) pueden imponer estas obligaciones, pero también la Responsabilidad social puede responder a obligaciones autoimpuestas, como en el caso de las campañas de las empresas para defender los derechos humanos.

La definición del concepto de responsabilidad social ha evolucionado de los principios iniciales de caridad y tutoría a un concepto de responsabilidad social corporativa y este se ha convertido en uno de respuesta social corporativa (enfocado a la forma en que las compañías responden a los problemas sociales).

Las más recientes discusiones involucran términos como ciudadanía organizacional, rectitud organizacional e involucramiento con la comunidad, todos derivados de la teoría del contrato social.

Otro de los ponentes sobre responsabilidad social (Milton Friedman) propone que el principal propósito de una empresa es maximizar sus utilidades y que la responsabilidad social es un problema que no concierne a las empresas sino a los gobiernos y las organizaciones de caridad.

Igualmente Friedman propone una teoría acerca de la responsabilidad social que años más tarde fue perfeccionada y propuesta en un artículo ampliamente conocido y titulado: La responsabilidad social de las empresas es maximizar sus utilidades. En conclusión afirma “En las empresas sólo existe una y sólo una responsabilidad social: utilizar sus recursos y energía en actividades encaminadas a incrementar sus utilidades mientras respeten las reglas del juego, lo que quiere decir que intervengan en la competencia libre y abierta sin engañar ni cometer fraude”.

El aprendizaje para el empresario actual, y sobre todo si la empresa está en un país emergente, está en ser consciente que la tentación de tomar el camino fácil evasión, soborno, piratería está a la mano, pero debe ser consciente también que ese no es el camino para consolidar un negocio exitoso, que sea capaz de velar por los intereses de sus inversionistas, de sus empleados y sus clientes.

Podemos ver cómo la conducta honesta o deshonestas dentro de la empresa, tiene sus repercusiones a nivel interno, laboral, político y social. Pero es cierto también, que el empresario, o el director de empresa, es una persona que ha decidido ponerse en el lugar donde se toman las decisiones de mayor relevancia para la empresa. Y aunque una de sus primeras responsabilidades es buscar garantizar la rentabilidad, no debe tomar decisiones deshonestas.

En primer lugar, la ética empresarial debe estar dirigida a estudiar lo positivo, lo que funciona bien, que lo negativo, lo corrupto, debe estar bajo otra óptica. Los empresarios sin comportamiento ético no tienen la excusa de la ignorancia, saben perfectamente qué es lo correcto y lo incorrecto, saben lo que deberían hacer, pero no lo hacen.

El problema, es falta de virtudes, con un ejemplo no empresarial la idea quedará muy clara; existen muchas personas que están obesas, saben que tienen kilo de demás y que no es bueno para la salud, saben que deberían hacer dieta, saben que ciertos alimentos son especialmente perjudiciales para la obesidad, pero pasan ante una heladería y no pueden resistir la tentación de entrar a saborear un delicioso helado rebotando. El problema en estas personas no es ignorancia sino falta de carácter, poca virtud de conciencia y razón del daño que este podría generarle.

El otro aspecto es que las empresas no se crean para beneficiar a la sociedad, o por lo menos no las mercantiles, por lo tanto la responsabilidad social tampoco ha de ser vista como una obligación ni como parte del código de ética de las empresas.

La responsabilidad social surge de la evolución del pensamiento humano y con la aceptación de que todos estamos interconectados y relacionados y que, por lo tanto, no hay nada que se realice, ninguna acción independiente, que no afecte al colectivo.

Una vez que se llega a ese nivel de conciencia las actividades que se realizan en una empresa están orientadas a generar utilidad económica y de impacto social a través del bienestar de sus trabajadores y los aportes que, de manera voluntaria ofrezca a la comunidad. Pero la verdadera responsabilidad social no se decreta ni se impone, tales acciones lo que originan son desviaciones en el concepto y su ejecución.

Obligar a través de una norma a realizar actividades de apoyo a las comunidades, al deporte, expresiones culturales y/o educativas, la generación de becas o ayudas, no puede considerarse como una genuina expresión de responsabilidad social, es simplemente el cumplimiento de la exigencia legislativa, de la acción impositiva de la ley cuyo irrespeto generará sanciones. Hacerlo porque la ley lo exige es como quien siendo padre cuida a su hijo porque así lo expresa el código civil y no porque entiende percibe y comprende que el éxito y el bienestar de su progenitor es también el suyo.

La empresa mostrará una verdadera madurez organizacional cuando, independientemente de la norma, procure expresiones que faciliten el desarrollo, esparcimiento, crecimiento y bienestar de quienes hacen vida laboral en ella y de aquellos que están presentes en su entorno inmediato y más allá.

Cuando se habla de la función social de la propiedad, usualmente se quiere decir que los derechos de propiedad deben estar limitados y regulados por el Estado, de tal manera que los dueños tengan, además de derechos, responsabilidades con la sociedad.

Algunas personas, influenciadas por la obra de (León Duguit) consideran que las limitaciones a la propiedad redundan en beneficios para toda la sociedad. Como los propietarios tienen derechos y responsabilidades con la sociedad, deben cumplir su doble rol usando la propiedad de aquella manera que la sociedad, por medio del derecho, considera más adecuada.

Si bien esta postura permite un control total del Estado sobre cómo las personas usan la propiedad, es importante rescatar que existen diferentes 'grados' en los que la propiedad cumple una función social. La pregunta es, por lo tanto, cuál es la función social de la propiedad más deseable para toda la sociedad.

Dado que existe un mercado de la propiedad, y que es posible tasar los costos que resultan de su uso, la función social de la propiedad más deseable es aquella que permita usar la propiedad al máximo generando los menores costos sociales posibles.

La ética, por ser un compromiso, es como un contrato consigo mismo de orientarse permanentemente hacia el perfeccionamiento personal y comunitario. Ética como compromiso requiere y supone todo un proceso, un camino por recorrer. Precisamente recorrer ese camino, verificar ese proceso, es la gran tarea ética del ser humano.

Como punto de referencia en esta temática tan importante como es la ética empresarial, vemos la necesidad de ilustrar para el sustento del presente trabajo, algunos de los casos más relevantes, donde el concepto ético a traspasado fronteras y se ha vuelto un componente estratégico más de la organización y como una moda de la responsabilidad social aplicada en todo su entender, para ello veamos:

En el marco de la segunda reunión de Ética Corporativa, que se realizó en la Cámara de Comercio de Bogotá, más de 50 presidentes de las principales compañías del país, se comprometieron a trabajar conjuntamente en los temas éticos, buscando acabar la corrupción y tomando medidas, especialmente en las zonas de difícil gobernabilidad.

Así mismo, estuvieron de acuerdo en trabajar conjuntamente con ONG y Gobierno para tener una fórmula que asegure una efectiva forma de combatir la corrupción. Invertir en ética y transparencia genera dividendos. La corrupción es uno de los problemas considerado como el factor que más dificulta la realización de negocios para las empresas colombianas. Debemos trabajar conjuntamente para acabar las malas prácticas señaló María Fernanda Campo, presidenta de la CCB y organizadora del foro.

Durante la reunión, que contó con la presentación de estudios de Transparencia por Colombia y de la Fundación Ideas para la Paz, así como con la presencia del vicepresidente de la República, doctor Francisco Santos, quien señaló la importancia de que las empresas privadas estén comprometidas en el tema y señaló la necesidad de un trabajo conjunto, quedó claro que una empresa socialmente responsable es una empresa Ética y transparente.

La ética corporativa es un elemento clave que como empresarios debemos mejorar, claramente ese es parte de nuestro compromiso con el país. Hay mucho por hacer. Hoy nos comprometimos a trabajar conjuntamente con ONG y Gobierno para tener una fórmula que asegure una efectiva forma de combatir la corrupción” señaló (Karl Lippert), presidente de Bavaria y uno de los promotores de la reunión.

A su vez, (Guillermo Carvajalino) moderador del eventos y Director Ejecutivo de DIS, señaló: Los índices de corrupción en Colombia no son alentadores, y se afecta en importante medida al propio sector privado, encareciendo la operación de los negocios y afectando la reputación de la empresa, disminuyendo la confianza y el capital social, debilitando las instituciones y empobreciendo a la sociedad.

Para sustentar estas cifras, Transparencia por Colombia citó datos de la consultora KPMG quien encontró que el 44% de las empresas que implementan prácticas éticas ve mejoras en su productividad, y el 39% ve mejoras en su imagen de integridad.

Así mismo, que el 37% de los consumidores latinoamericanos ha considerado castigar o efectivamente ha castigado a una empresa por una conducta irresponsable. Otros estudios de Transparencia por Colombia y de la Universidad Externado, realizadas en el 2007, señalan que el 91% de los empresarios colombianos considera que sus pares ofrecen sobornos en sus negocios.

De otro lado, un estudio de Probidad de Confecámaras señaló que el 28.4% de los empresarios fueron víctimas de algún tipo de solicitud de dinero, favores o regalos a cambio de algún servicio por parte de un funcionario del Estado y que tan solo un 8.52% denunció efectivamente el caso.

La ética corporativa empieza en la cabeza de la empresa; las empresas deben tener cero tolerancias frente a estos temas, deben eliminar la aceptación de dádivas o regalos; denunciar las prácticas corruptas; fomentar y difundir el uso de las líneas éticas; generar buenas prácticas y gestionar la ética corporativa, entre otros aspectos, señaló Margaret Flórez, directora de Transparencia por Colombia.

A su vez (Ángela Rivas), de la Fundación Ideas para la Paz, señaló los retos y riesgos de hacer negocios en Colombia, y se enfocó en la importancia del respeto por los derechos humanos. Las empresas en el mundo son cada vez más sensibles y vulnerables a las tendencias de la opinión pública internacional. El clima de opinión pública internacional es especialmente sensible al tema de la violación de los Derechos Humanos. Colombia no es ajena a esta situación y, de hecho, la existencia del conflicto armado hace más problemática y difícil la operación de las empresas en el país, y la convierte en objetivo natural del escrutinio internacional”, señaló Rivas.

Finalmente, de la reunión de ética corporativa se concluyó que las empresas deben adoptar principios corporativos obligatorios, claros, coherentes y explícitos, que permitan a la organización hacer frente a las amenazas de los grupos armados ilegales, tanto para sus empleados, como para sus contratistas.

Fomentar la denuncia temprana y abrir líneas de comunicación eficaces para el efecto. La denuncia es un efectivo medio para defender la reputación y carácter de víctima de la empresa, además de contribuir a la defensa de la institucionalidad.

Dar un manejo totalmente transparente a las relaciones con la fuerza pública y, en general, a los temas de seguridad. Fomentar relaciones gana–gana entre empresarios y sindicatos, recalcó Carvajalino.

A través de alianzas estratégicas, Transparencia por Colombia ha promovido el Programa Rumbo Pymes-Íntegras y Transparentes, un modelo de gestión en ética empresarial en el que grandes empresas involucran a las pymes asociadas a su cadena de valor en el desarrollo de programas de ética y anticorrupción. Esta herramienta autogestionada de manejo gerencial, a la fecha cuenta con 400 pequeñas, medianas y grandes empresas vinculadas en diferentes sectores industriales, y ubicadas en 17 ciudades a nivel nacional.

CAPITULO II

Plantear una pedagogía en valores supone necesariamente la integración de valores éticos con los conocimientos y las habilidades, un fuerte sentido de liderazgo, ética y responsabilidad en los negocios se requiere hoy en día para responder a las expectativas y a los requerimientos de la sociedad.

Por consiguiente, se hace necesario el establecimiento de un escenario educativo de empresarios y trabajadores que puedan asumir responsablemente sus papeles en la sociedad, así mismo se requiere de esfuerzo y dedicación para aprender a definir y analizar las realidades en su dimensión moral y para encontrar soluciones a los conflictos de valores.

Por otra parte, definidos y entendidos varios aspectos de interés, queremos exponer cual sería el modelo ideal para ser aplicado al interior de cualquier organización sin importar el sector al que pertenezca; en efecto, la ética empresarial parte desde lo esencial, donde cada individuo de acuerdo a su comportamiento aporta lo que es y lo que sus valores le permiten replicar.

Por consiguiente para determinar la importancia del modelo pedagógico es necesario buscar la concienciación y sensibilización de la alta gerencia, que integre y dinamice los procesos de capacitación en esta temática de interés para toda la organización.

Luego se hace necesario conformar un equipo designado por la alta gerencia, de trabajadores de la organización que estén debidamente comprometidos y se identifiquen con la temática, quienes serán los líderes del proyecto de ética empresarial al interior de la misma, posteriormente se define la población a involucrar en el proceso de capacitación de ética empresarial, en el cual involucra todo el personal de acuerdo a la estructura funcional de la organización, priorizando los estamentos estratégicos y misionales seguidamente del personal de apoyo y control.

A través del establecimiento de conceptos y definiciones claras de la ética empresarial con todo lo expuesto anteriormente, se construirá la temática a ser expuesta en el programa de capacitación general sobre ética, que permitirá llevar a cabo este proceso al interior de la organización y se apalancara metodológicamente con la inclusión de herramientas tecnológicas teórico-prácticas a través de la Web, como es el modelo blended learning el cual permite llevar a cabo una interacción presencial y virtual.

Por otra parte, con el ánimo de evidenciar y medir el impacto del proceso de capacitación en cada uno de los trabajadores de la organización, se aplicará un cuestionario de evaluación, con el cual se pretende calificar el grado de efectividad y aplicabilidad de la temática.

Estos cuestionarios valorados generaran al interior de la organización, la conformación de una mesa de trabajo, que permita discutir el progreso alcanzado en la capacitación, acorde a los resultados obtenidos, así como de los resultados obtenidos y la aplicabilidad de planes de acción, que permitan mejorar dichos procesos.

Consecuentemente con la evaluación y medición de resultados, se propenderá porque los trabajadores capacitados, apliquen los conceptos impartidos en cada uno de sus entornos laborales y se cree una cultura organizacional con componentes éticos y morales, lo cual permitirá crear iniciativas de ética empresarial sostenible a largo plazo al interior de la organización y que continúen promoviendo los temas de transparencia interna y externamente.

CONCLUSIONES

La ética empresarial es una forma de la ética aplicada, que consiste en el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidos al ámbito de la empresa como modelo comunitario.

La ética empresarial se caracteriza por: una ética de responsabilidad por las consecuencias de las decisiones que se toman, donde los miembros de la empresa son interlocutores validos, los consumidores son interlocutores validos, los miembros de la empresa han de cumplir con sus obligaciones y corresponsabilizarse por los resultados, basados en la cooperación, la empresa ha de atenerse a un marco de justicia no solo legal, sino ante todo moral, se han producido cambios del modelo empresarial taylorista a un modelo postaylorista y el fomento de una cultura empresarial que configura formas de vida peculiares, cada vez más "obligadas" para quienes tengan afán de supervivencia.

Las teorías en que se sustenta ética empresarial son: relación ética y acción empresarial, teoría del bien común y los Stakeholders, teoría del carácter moral del trabajo, teoría de la responsabilidad social de la empresa, ética empresarial dialógica, empresas éticas transparencia y gestión de empresas éticas.

Las direcciones en que se ha desarrollado la ética empresarial son: la creación de ONG, la inserción académica curricular de la ética empresarial en las universidades y Las publicaciones periódicas, revistas y libros dedicados al tratamiento ético de los grandes imperativos de la existencia humana.

La cultura ética empresarial se ha insertado en diferentes universidades enfrentando obstáculos y resistencias. De la discusión acerca de la naturaleza de la ética y la ética empresarial, la figura del gerente se destaca como un protagonista del desempeño ético de las empresas.

Se observa como las teorías y conceptos explicados anteriormente se materializan en acciones a través de los gerentes, haciendo de ellos componentes decisivos en el rompecabezas organizacional, no sólo como medios de eficiencia, sino como puntos de referencia a la hora de enfrentar decisiones éticas en los niveles estratégico, táctico y operativo de las organizaciones.

Es necesario replantear la cuestión de los valores y la ética en el marco de las organizaciones y de la economía globalizada. No puede marginarse el desempeño de las organizaciones a la existencia de un marco personal de conducta que irradia precisamente los resultados de la colectividad.

Debe generarse y crear mayor conciencia que cada actuación personal implica una responsabilidad con los demás. La ética involucra todas las dimensiones del ser humano, sociales, personales, va más allá de campo profesional, laboral, empresarial.

La ética debe orientar la Economía y en ese sentido las empresas deben invertir sus esfuerzos y recursos a promover e implementar programas que involucren el ser humano de manera integral basados en la ética y la moral.

BIBLIOGRAFÍA

- Baumhart, Raymond (1978), *Ética de los negocios*, Diana, México.
- Brown, Marvin T. (1992), *La Ética en la empresa. Estrategias para las decisiones*, Paidós Barcelona.
- Cortina, Adela y Conill, Jesús (1998) *Democracia participativa y sociedad civil. Una ética empresarial*, Siglo del Hombre, Bogotá D.C.
- Cortina, Adela (1998), *Ética de la Empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*, Trotta, Madrid.
- Cántara, Juan Félix. *Manual de Ética Empresarial/ Juan Félix Alcántara.-- Santiago de los Caballeros: Editorial PUCMM, 1994.- p.200.*
- Covey, Stephen R. (1993), *Los 7 hábitos de la gente eficaz. La Revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa*, Paidós, Barcelona.
- *Ética. Historia* En: Enciclopedia Encarta Electrónica, 2009.
- Flores Ríos Delio. *Revista creando*, Universidad Nacional de Colombia – Sede Manizales, año 2, número 3, ISN 1794 1253.
- *Harvard Business Review Paperback (1991), Ethics at work*, Harvard Business School Press, Boston.
- Rodríguez Córdoba María del Pilar, *una aproximación conceptual a la ética empresarial*.
- Sánchez, A. (1969). *Ética*. México: Grijalbo.
- Savater, F. (1991). *Ética para Amador*. Madrid: Ariel.
- Navarro Fernando, "La ética empresarial en las relaciones económicas internacionales" en *la empresa socialmente responsable* p.163.

CIBERGRAFIA

- Cortina, Adela. *Las tres edades de la ética empresarial*. Tomado de: <http://www.chile-hoydelecon.trab/001130.ética.htm>. Septiembre del 2004.
- <http://www.transparenciacolombia.org.co>.
- <http://www.degerencia.com>.
- <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2416631>.