



# Ética y Responsabilidad corporativa

---

Abel Hibert S.  
Universidad Metropolitana de Monterrey  
Septiembre-Diciembre 2008



# Ética y Responsabilidad social

---

- En una reciente encuesta que se realizó en los EUA, casi  $\frac{3}{4}$  de los estadounidenses creían que los negocios son demasiados poderosos y que controlan demasiados aspectos de sus vidas.
- La mitad piensa que lo que es bueno para los negocios es bueno para la mayoría de los estadounidenses
- $\frac{2}{3}$  consideran que las grandes utilidades son más importantes para las grandes empresas que los productos seguros y confiables.



---

## ○ ¿Qué explica el descontento?


- Muchas personas sienten que trabajan de más, pero no reciben su parte justa de las recompensas
- Los grandes negocios no son tan responsables como era en el pasado.
- El estado benefactor y los sindicatos han perdido fuerza y el desequilibrio de poder provoca resentimiento.




- 
- El modelo de globalización que hemos seguido en las últimas dos décadas ha contribuido a la desregulación del mercado, ha estimulado la competencia y ha reducido muchos precios, provocando una reducción de las utilidades y de los salarios.



- 
- Por lo regular, la gente le da crédito a las empresas cuando la economía se encuentra en crecimiento y hay prosperidad.
  - Pero la gente la culpa cuando se presentan las crisis económicas.
    - Ej. Crisis 82, 94 y la del 2008 se culpa a los empresarios "sacadólares".
    - La transmisión de spots electorales en el 2006
    - En EUA se culpa a la "avaricia" de Wall Street.
  - La gente piensa que los grandes empresarios no nos invitaron a la fiesta, pero nos dejaron la cuenta para que la paguemos.

- 
- 
- ¿Qué piensa la sociedad mexicana de los empresarios?
  - C:\Documents and Settings\user\Mis documentos\clases\gestión empresarial\20080220 NA ConfianzaInstituciones.pdf

- 
- 
- En México se ve a los empresarios con desconfianza:
    - Privatizaciones.
    - Rescate bancario
    - Intervención en campañas políticas (2006)
    - Especulación cambiaria de octubre del 2008
    - Social y políticamente no se le permite participar en PEMEX.



- 
- Internet hace que la información y los comentarios negativos estén disponibles con mayor facilidad, e inclusive se pueden presentar bloqueos y protestas contra las empresas.
  - Los clientes están frustrados ante el mal servicio de las empresas de aviación y telefónicas y los elevados precios de las medicinas.
  - Una pequeña minoría considera que las grandes empresas son éticas, que son directas y honestas cuando tratan con clientes y empleados.





## Preguntas claves

---

- ¿Esta peleado el objetivo de una empresa de maximizar ganancias y tener responsabilidad social?
- ¿Qué debe significar la ética en los negocios?
- ¿Cuál debe ser la responsabilidad de una empresa con su comunidad y con su entorno?



- 
- El objetivo y fin último de una empresa debe ser la maximización de utilidades.
  - De otra manera, no puede sobrevivir en el mercado.
  - ¿Cómo puede debe ser comportamiento ético de una empresa?
    - En primera instancia, podría quedar cubierto con proporcionar productos de calidad, que informe al consumidor sobre sus productos, que venda a precios accesibles, que sea leal con empleados y proveedores, que pague sus impuestos, que honre sus deuda, y en la medida de lo posible, que aporte al desarrollo de la humanidad y de la ciencia.



# Definiciones básicas

---

- El objetivo de la ética es identificar tanto las reglas que gobiernan el comportamiento humano como los “bienes” que vale la pena buscar.
- Todas las decisiones éticas están guiadas por valores subyacentes del individuo.
- Los valores son principios de conducta, tales como ser cuidadoso, honesto, cumplir las promesas, buscar la excelencia, la lealtad, la justicia, la integridad, el respeto por los demás y ser un ciudadano responsable.
- La ética es el sistema de reglas que gobierna el ordenamiento de los valores.



- Una cuestión ética es una situación, problema u oportunidad en la cual un individuo tiene que escoger entre varias acciones que tienen que ser evaluadas como buenas o malas.
- La ética de negocios comprende los principios morales y normas que guían el comportamiento en el mundo de los negocios.
- La filosofía moral se refiere a los principios, reglas y valores que las personas aplican para decidir qué está bien y qué está mal.
- ¿Cómo se decide qué está bien o mal y quién?



# Sistemas éticos

---

- Universalismo: afirma que los individuos deben sostener ciertos valores, como la honestidad, al margen de los resultados inmediatos.
  - La persona debe ser siempre honesta, de otro modo, la comunicación se derrubaría.
  - La confianza es uno o cero: no hay medias confianzas.
- Teleología: considera moralmente correcto o aceptable un acto si produce un resultado deseado.
  - Egoísmo: Concepto mano invisible de Adam Smith
  - Utilitarismo: Busca el mayor bien para el mayor número de personas.



# Sistemas éticos

---

- Deontología: Se centra en los derechos de los individuos, cuya atención asegura que se respete por igual a todas las personas. Las acciones que maximizan la utilidad para muchas partes serán rechazadas si se comete una injusticia importante con sólo una parte de ellas. El utilitarismo se centra en los fines, y la deontología en los medios.
- Relativismo. Define el comportamiento ético con base en las opiniones y comportamiento de otras personas importantes. Se busca el consenso del grupo: un consenso positivo significa que una acción es correcta, ética y aceptable.
- Ética de la virtud: Es una perspectiva que va más allá de las reglas convencionales de la sociedad, pues sostiene que lo que es moral también que prevenir de los que una persona madura con “buen” carácter moral consideraría ético.



# Ambiente ético

---

- La ética no se moldea solamente por acción de la sociedad y el desarrollo individual y la virtud. También puede tener influencia del ambiente de trabajo de la compañía.
- El clima ético de una organización se refiere a los procesos a través de los cuales se evalúan y se toman decisiones con base en lo bueno y lo malo.
- En ocasiones ciertas decisiones corporativas tienen como consecuencia la introducción de una serie de incentivos en los empleados, que los llevan a un comportamiento poco ético, que perjudica a los consumidores y acaban por dañar el nombre de la empresa. Caso Sears.





# Señales de peligro

---

- Un enfoque excesivo en los ingresos de corto plazo sobre las consideraciones de largo plazo
- No establecer un código de ética por escrito.
- Un deseo de una solución sencilla, de rápido arreglo para los problemas éticos.
- La falta de disposición para adoptar una postura ética que pueda imponer costos financieros.
- Considerar a la ética sólo como problema ético o herramienta de relaciones públicas.
- Falta de procedimientos claros para manejar problemas éticos
- Respuesta a las demandas de los accionistas a costas de otras instancias involucradas.



- 
- 
- Normas éticas corporativas. Prevenir situaciones como la siguiente:
    - “Si el jefe dice: Logren ventas específicas u objetivos de utilidades , punto”, creo que el personal hará el mejor esfuerzo para cumplir estas instrucciones, incluso si con esto significa sacrificar sus propios valores”.
  - Código de ética. El código de ética tiene que redactarse cuidadosamente y hacerse a la medida de las filosofías particulares de las compañías.
    - La mayoría de los códigos de ética abordan temas tales como la conducta de los empleados, la comunidad, y el ambiente, accionistas, clientes, proveedores y contratistas, actividad política y tecnología.

- 
- 
- Programas éticos: Mecanismos de empresa diseñados comúnmente por sus asesores corporativos para impedir, detectar y castigar las violaciones legales.
  - Programas éticos basados en la integridad: Mecanismos de la empresa diseñados para inculcar a las personas la responsabilidad personal por el comportamiento ético.



# Toma de decisiones éticas

---


- Definir el problema con claridad.
- Identificar los valores de relevancia implicados en la situación
- Sopesar los valores en conflicto y escoger una opción que los equilibre.
- Implementar la decisión.



# Responsabilidad social corporativa

---

- ¿Deben los negocios ser responsables de las preocupaciones sociales que están más allá de su propio bienestar?
- ¿Todas las preocupaciones sociales afectan el desempeño financiero de una empresa?

- 
- 
- La responsabilidad social corporativa es la obligación hacia la sociedad que asumen las empresas.
    - Responsabilidades económicas: producir bienes y servicios que la sociedad quiere a un precio que consolide el negocio y satisfaga sus obligaciones con los inversionistas.
    - Responsabilidades legales: Obedecer las leyes locales, federales, estatales, internacionales,
    - Responsabilidades éticas: cumplir con las expectativas sociales que no están consignadas en la ley
    - Responsabilidades voluntarias. Comportamiento y actividades adicionales que la sociedad encuentra deseables y que dictan los valores de las empresas.



# Pirámide de las responsabilidades social corporativa

---

Responsabilidades voluntarias  
Contribuir con recursos a la comunidad

Responsabilidades éticas  
Ser ético: obligación de hacer lo que está bien, que sea justo y equitativo. Evitar el daño

Responsabilidades legales  
Ser obediente de las leyes y actuar de acuerdo a las reglas del juego

Responsabilidades económicas  
Ser rentable el cimiento sobre el que se apoyan todas las demás



# Visiones contrastantes

---

- Los administradores actúan como agentes de los accionistas y, como tales, están obligados a maximizar el valor presente de la empresa.
  - Adam Smith (Riqueza de las Naciones) y Milton Friedman (“La responsabilidad social de las empresas es aumentar las utilidades”).
- Los administradores deben estar motivados por razonamientos morales con principios.
  - Los defensores de la responsabilidad social corporativa sostienen que las organizaciones cuentan con un rango más amplio de responsabilidades que van más allá de la producción de bienes y servicios a cambio de una utilidad.

# ¿Quién gana con la responsabilidad social?

---

