

Valores éticos empresariales

cc BY NC SA



Tabla de contenido

Introducción **1**

Mapa conceptual **2**

1. Ética empresarial **3**

2. Valores éticos empresariales **4**
Valores éticos en relación con la sociedad 4
Valores éticos en relación con el trabajo 5
Valores éticos en relación con el cliente 7
Valores éticos en relación con los proveedores 8
Valores éticos en relación con la competencia 9
Valores éticos en relación con la publicidad 10

Referencias **13**

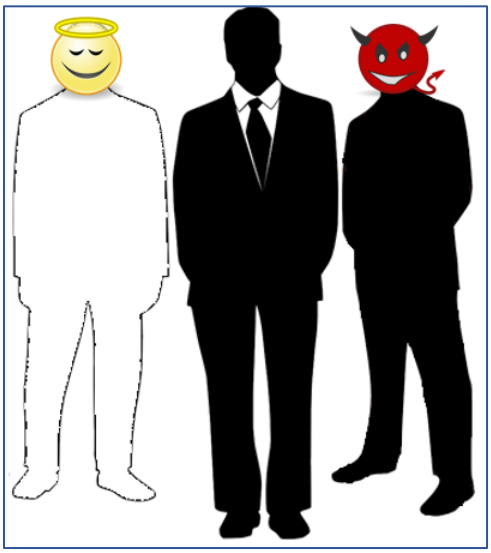


Introducción

En el marco del mundo globalizado y dentro del contexto empresarial, cobran gran importancia los valores éticos empresariales. Éstos son referentes formales e institucionales que orientan y controlan la conducta y el actuar de las organizaciones frente al entorno social y económico en el que desarrollan sus actividades misionales.

Es así, como en las empresas los valores éticos contribuyen directamente, no solo al logro de los objetivos estratégicos de la empresa, sino al desarrollo socioeconómico de su entorno y por ende al desarrollo personal y familiar de los miembros que la integran.

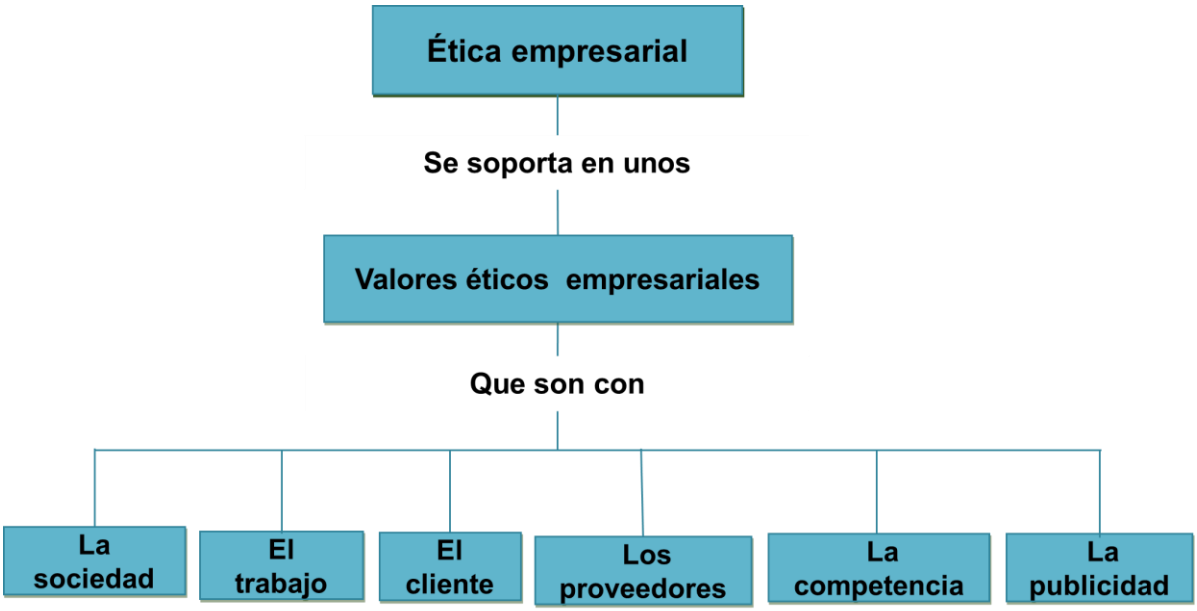
En este sentido, se ha preparado este material de formación para que a la luz de los valores éticos empresariales se esté en capacidad de interactuar en los contextos productivos y sociales, en función de los principios y valores universales. Es así, que a partir de este momento se explorarán los valores éticos corporativos, desde donde se fundamenta la ética empresarial, teniendo en cuenta que todas las organizaciones tienen un compromiso y una responsabilidad social con todos los elementos que se relacionan a lo largo de su red logística.



Fuente: SENA

Mapa conceptual

En el mapa conceptual que se comparte a continuación, se evidencia la interrelación temática del contenido que se plantea en este material de formación:



1. Ética empresarial



Fuente: Fotolia (s.f.)

Es el modelo empresarial definido por las organizaciones para orientar su actuar en valores y principios que regulen el comportamiento del empresario, los gerentes y los empleados, se puede afirmar que este modelo ético permite examinar el comportamiento de una organización y sus miembros, para determinar si están o no alineados con los principios y valores de la misma y con los comportamientos de la sociedad en donde opera. El fin de una organización con prioridades éticas, es actuar justa y correctamente con sus miembros, y con todas las partes interesadas con las que se relaciona.

La ética empresarial no debe ser considerada una moda administrativa, sino que debe inculcarse en toda la organización hasta llegar a convertirla en un estilo de gestión. En las empresas son frecuentes los cambios en las prácticas gerenciales, procesos productivos y modelos administrativos; pero la ética organizacional debe estar presente en todas las evoluciones de este orden.

Más que una moda, la ética empresarial es una necesidad y una exigencia que se hace más apremiante conforme va el acelarado cambio del mundo, se puede decir que la gestión ética organizacional es la mejor estrategia de negocios, la empresa adquiere ventajas competitivas importantes sobre las empresas que no tienen un modelo ético implementado, ya que esto les permite un mejor acceso a los mercados nacionales e internacionales que actualmente demandan calidad, confiabilidad, honestidad y transparencia en sus procesos.

2. Valores éticos empresariales

Los valores éticos empresariales son el conjunto de reglas y de conductas juzgadas conforme al ideal de una organización, representan una forma de hacer gestión y están relacionados con la identidad y la cultura organizacional, siendo un medio de orientación y reflexión para todos sus integrantes.

Valores éticos en relación con la sociedad



Fuente: Pixabay (2013)

Valores corporativos en relación con el compromiso social

- Contribuir al desarrollo social, mediante el pago de impuestos, creación de empleo, promoción de la cultura y de programas de bienestar de la comunidad.
- Conducir la empresa con respeto por los valores morales, sociales y familiares.
- Propender por el bienestar general de la sociedad a través de la calidad y conveniencia de los productos y servicios.

Valores corporativos en relación con el desarrollo de la infancia

- Reconocer los derechos de todos los niños y la protección contra la explotación económica, es decir, contra el desempeño de cualquier tipo de trabajo.

Valores corporativos en relación con la comunidad

- Promover que no existan monopolios que afecten a la comunidad.

- Apoyar la formación de una comunidad empresarial, con valores éticos, consciente de responsabilidad social.

Valores éticos en relación con el trabajo



Fuente: Pixabay (2016)

Valores corporativos en relación con la calidad del trabajo

- No al trabajo forzado, abusos y medidas disciplinarias en contra de la dignidad del trabajador.
- No al acoso laboral.
- No a la discriminación de raza, sexo, maternidad, edad, religión y filiación política.

Valores corporativos en relación con las condiciones de trabajo

- Trabajo sustentado en los principios y derechos fundamentales que figuran en la declaración de la Organización Internacional de Trabajo OIT.
- Reconocimiento y respeto a la dignidad fundamental de los trabajadores en su condición de persona humana, que contribuye al crecimiento de la propia sociedad desde lo individual y lo colectivo.

- Reconocimiento de los derechos y las obligaciones de los trabajadores consagrados en la constitución, las leyes y los decretos de la República de Colombia.

- Remuneración justa al trabajador, de acuerdo a lo consagrado en la normatividad laboral, que incluye entre otros aspectos: salario, prestaciones sociales y seguridad social.

- Garantizar los mejores ambientes de infraestructura y de clima laboral, que le permitan al trabajador condiciones de vida que le garanticen su salud laboral y equilibrio emocional.

Valores corporativos en relación con la interrelación con el otro

- Fomentar costumbres de respeto y de buen trato en las relaciones laborales y de amistad entre los compañeros de trabajo.

- Promover las relaciones de amistad y compañerismo solidario entre todos los miembros de la empresa.

- Inspirar en los miembros de la organización el sentido de pertenencia institucional y de compromiso con los clientes, los proveedores y todas las partes interesadas.

Valores corporativos en relación con los derechos constitucionales de los trabajadores



Fuente: Pixabay (2014)

- Promover la salud y la seguridad en trabajo.
- Libertad de asociación y derecho de negociación colectiva.
- Ofrecer igualdad de oportunidades a los empleados basados en sus habilidades y talentos.

Valores corporativos en relación con estímulos y motivación del empleado

- Aplicar medidas justas de evaluación del desempeño y recompensar esfuerzos.
- Crear una cultura organizacional madura, por medio de la confianza mutua, entendimiento y respeto a los diferentes estilos de vida dentro de la empresa.

Valores corporativos en relación con información y comunicación con el empleado

- Proteger la información privada de los empleados.
- Promover la divulgación de los valores éticos al interior de la organización.

Valores éticos en relación con el cliente



Fuente: Fotolia (s.f.)

Valores corporativos positivos con relación al cliente

- Respeto al cliente.
- Ser sinceros y leales con los clientes.
- Mantener las promesas con los clientes.
- Responder a las necesidades de los clientes.

Valores corporativos en relación con la cultura empresarial de servicio al cliente

- Desarrollar una cultura de servicio al cliente dentro de toda la estructura organizativa de la empresa.
- Cumplir con rigurosidad la normativa establecida en las disposiciones legales y reglamentarias de pesos, medidas y metrología.
- Promover estándares de calidad.

Valores éticos en relación con los proveedores



Fuente: Fotolia (s.f.)

Valores corporativos en relación con la cultura de negociación

- Maximizar la contribución mutua con los proveedores, compartiendo de manera oportuna recursos, información y el conocimiento de interés.

- Proporcionar a los proveedores las facilidades de poder cumplir con los estándares de calidad establecidos, dándoles el apoyo y las orientaciones necesarias.

- Establecer las condiciones y los medios necesarios para garantizar la transparencia y el complimiento de los requisitos legales y reglamentarios en las negociaciones.

- Promover la cooperación con los proveedores en procura del aumento de la capacidad de generar valor mutuamente.

- Retroalimentar periódicamente de manera proactiva el desempeño del proveedor en búsqueda de unas mejores relaciones comerciales y de su mejora continua.

Valores éticos en relación con la competencia



Fuente: Pixabay (2011)

Valores corporativos en relación con los compromisos legales

- Cumplir las disposiciones que regulan la propiedad intelectual.

- Cumplir las disposiciones sobre promoción de la competencia y eliminar prácticas comerciales restrictivas en los mercados nacionales.

- Respetar la libre competencia.
- Cumplir leyes y regulaciones.

Valores corporativos en relación con cultura y valores

- Actuar con lealtad, trasparencia y buena fe en las relaciones comerciales con los competidores.
- Concretar mecanismos de vigilancia y seguimiento para garantizar la trasparencia de los procesos de contratación pública y privada.
- No sobre explotar las debilidades de la competencia.

Valores éticos en relación con la publicidad



Fuente: Pixabay (2014)

Valores corporativos en relación con la información, anuncios y publicaciones

- No utilizar publicidad engañosa.
- La información presentada al público y a los clientes debe ser clara, precisa y honesta.

- Promover que la publicidad, sea veraz respecto a los productos o servicios que ofrecidos.

- No utilizar la publicidad para desprestigiar a otros o para descalificar a los competidores.

Valores corporativos en relación con el consumidor



Fuente: Pixabay (20115)

- Respetar el derecho que tiene el consumidor a ser informado correctamente de los productos, en sus contenidos y sus cantidades.

- Los contenidos de los productos deben ser verificables.

- Los productos deben detallar sus ingredientes básicos, la calidad nutricional de los alimentos, fecha abierta, sus verdaderos beneficios y los daños que pueden causar a la salud.

En las empresas los valores éticos son imprescindibles para su supervivencia a mediano y largo plazo, esto se cumple en el interior y en el exterior de ella cuando el comportamiento organizacional está basado en valores, con lo que se gana credibilidad y confianza, principales activos intangibles de cualquier negocio.

Si hay confianza las relaciones con los grupos de interés funcionarán de manera espontánea con bajos costos de transacción y con lazos tan fuertes que

garantizarán no sólo la permanencia de la empresa, sino también su desarrollo y consolidación.

En últimas, la empresas se han creado para generar bienestar a las personas a través de un producto, un servicio o de ambos. Esto es cierto, no sólo para los consumidores al beneficiarse del producto adquirido, sino también para los otros grupos de intereses:

- Los empleados, al tener un salario y un lugar de convivencia.
- Los accionistas, al tener utilidades y un proyecto que cuidar.
- Los proveedores, al tener un cliente que les compra sus productos.
- La competencia, al tener una par con que emular.
- El gobierno, al tener quien pague los impuestos y contribuya con la economía.
- El sistema educativo, al tener quien absorba la fuerza laboral que ha preparado.
- La sociedad, al tener quien brinde empleo y retribuya el privilegio que le da a la empresa de funcionar y generar utilidades.

Referencias

- Camacho, I., Fernández, J. y Miralles, J. (2009). *Ética de la empresa (6ª. ed.).* Bilbao, España: Desclée de Brouwer.
- Fotolia. (s.f.). *Import and export arrow around earth for business*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://co.fotolia.com
- Fotolia. (s.f.). *Salesgirl assisting customer to in wearing glasses.* Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://co.fotolia.com
- Fotolia. (s.f.). *Shaking hands and business team*. Consultado el 06 de agosto de 2014, en http://co.fotolia.com
- Gilli, J. (2011). *Ética y empresa: valores y responsabilidad social en la gestión.* Buenos Aires, Argentina: Ediciones Garnica.
- Instituto ETHOS. (2011). *Indicadores Ethos de responsabilidad social empresarial.* Consultado el 14 de septiembre de 2016, en http://www1.ethos.org.br
- Pixabay. (2014). *Competencia.* Consultado el 14 de septiembre de 2011, en https://pixabay.com
- Pixabay. (2014). *Formación – Logística.* Consultado el 14 de septiembre de 2016, en https://pixabay.com
- Pixabay. (2014). *Times square.* Consultado el 14 de septiembre de 2011, en https://pixabay.com
- Pixabay. (2015). *Protección – Consumidor.* Consultado el 14 de septiembre de 2011, en https://pixabay.com
- Pixabay. (2016). *Mineros.* Consultado el 14 de septiembre de 2016, en https://pixabay.com
- Rojas, G., Ramírez, C. y Vélez, J. (2013). *Gerencia de la responsabilidad social en las organizaciones de hoy.* Bogotá, Colombia: Universidad de Ibagué.
- Sanagustín, M. (2012). *Valores y ética empresarial: un enfoque sociológico.* Madrid, España: Trotta, S.A.

Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor	Jairo Enrique Figueroa Chaparro	Experto técnico	Centro de Servicios Empresariales y Turísticos. Regional Santander.	Junio de 2016
Adaptación	Luz Clarena Arias González	Guionista - línea de producción	Centro Agroindustrial. Regional Quindío.	Septiembre de 2016