****

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA INTERNACIONAL**

**Deontología del Directivo, Responsabilidad Social Empresarial, Gestión del Conocimiento**

Prof. Orlando Fujitsubo

PROYECto final: ÉTICA en la empresa y toma de decisiones responsables

**Maestrantes**

Laura Fuentes

Jessica Guerra

Israel Michel Gómez

Yoan Manuel Silva

Miércoles, 3 de agosto del 2022

CONTENIDO

[**INTRODUCCIÓN** 3](#_Toc110364550)

[**RESUMEN DEL CAPÍTULO** 4](#_Toc110364551)

[**CONTEXTO DEL CASO ASIGNADO** 6](#_Toc110364552)

[**ÉTICA Y ECONOMÍA EN LAS EMPRESAS** 6](#_Toc110364553)

[**CONSIDERACIONES SOBRE EL CASO ANALIZADO** 9](#_Toc110364554)

[**CONCLUSIONES** 10](#_Toc110364555)

[**BIBLIOGRAFÍA** 10](#_Toc110364556)

# **INTRODUCCIÓN**

En un entorno caótico signado por las catástrofes naturales y la incertidumbre en el plano social, geopolítico, económico y financiero, cualquier tipo de decisión que se tome en cualquier **organización** grande o pequeña, sea cual sea, lleva implícito un **valor** positivo o negativo que afecta a la sociedad.

Las **empresas** juegan un papel importante en el buen desarrollo de una sociedad, lo que supone la necesidad de integrar efectivamente la **responsabilidad social** y la **ética empresarial** en cada sector para un mejor desarrollo de esta.

La responsabilidad social empresarial (RSE) engloba un conjunto de acciones que se desarrollan tanto en la dimensión interna y como externa de la empresa. Una de las aplicaciones internas se relaciona con **la Seguridad** y **Salud** en el Trabajo (SST), ya que se considera la garantía de un entorno de trabajo sano y seguro como uno de los aspectos básicos de la RSE.

La incidencia de un entorno poco seguro alrededor de una empresa trae consigo una serie de consecuencias negativas no solo para el desarrollo económico de la organización, sino también para la salud y seguridad de sus trabajadores.

El proceder ético o no ético de los directivos frente a amenazas externas, en función de la seguridad e integridad de sus colaboradores, así como de las consecuencias que pueden generar sus acciones para cambiar la realidad existente en el área son los puntos principales de desarrollo del presente trabajo.

# **RESUMEN DEL CAPÍTULO**

El libro “Responsabilidad, ética y sostenibilidad empresarial” aborda de forma explícita conceptos relacionados con el buen actuar, la ética de las personas y su actuar en la sociedad visto desde una perspectiva empresarial. En su capítulo 2 “Ética en la empresa y toma de decisiones responsables” se abordan conceptos que resultan imprescindibles de analizar para posteriormente valorar su aplicación al caso en cuestión.

**Conceptos:**

**Ética:** La ética es un saber, requiere estudio y conocimiento que se puede aprender y enseñar. Es una forma para describir cómo debe ser el mundo, la interrelación y acciones de las personas. La ética no es relativa, está basada en criterios y argumentos racionales a través de los cuales se puede dilucidar la forma correcta de actuación ante determinada circunstancia. Estos criterios y valores morales son interiorizados en determinados contextos y por la relación con otras personas.

**Responsabilidad:** Según el filósofo alemán Hans Lenk, la responsabilidad significa estar dispuesto/a o ser capaz de responder ante alguien por algo. Es decir, que un individuo, tenga la voluntariedad o disposición de hacerse cargo de sus decisiones y acciones ante cualquier instancia o persona. Un elemento importante para destacar es que la responsabilidad está ligada a la capacidad de las personas de hacer o de evitar algo. La responsabilidad está determinada por la capacidad o recursos, el poder y el conocimiento, estos factores definen el nivel de responsabilidad de cada individuo. La responsabilidad se puede agrupar en tres grupos, la casual, que es la responsabilidad por las consecuencias de nuestras acciones, la compartida, que se refiere a la responsabilidad que tiene alguien por la actuación de otra persona. Y por último la derivada de la tarea o del rol que es la que se refiere a la responsabilidad especial de rol o de calificación profesional. La responsabilidad lleva implícitos cuatro valores clave: transparencia, comunicación, coherencia y rendición de cuentas.

**Valores:** podemos definir los valores como atributos que califican a determinadas personas, acciones, situaciones, sistemas, sociedades y cosas. Los valores perduran en el tiempo y nos motivan a actuar de una forma determinada a lo largo del tiempo. No constituyen una ley que es necesario cumplir. Las personas lo interiorizan y los incorporan a su personalidad y por lo tanto determina el actuar de las personas, impulsan y motivan a las personas a actuar de una forma determinada en su gran mayoría de manera positiva. Son defendibles, discutibles y se pueden trasmitir. Existen varios tipos de valores, por ejemplo, estéticos, de utilidad, económicos y los éticos. Asumirlos y que rijan nuestro actuar diario y el de las organizaciones garantiza la excelencia profesional y la tomade decisiones éticas.

**Ética en la toma de decisiones:** Es el proceso de seleccionar y propiciar caminos de acción que consideren los valores, los intereses y las expectativas de otras personas, así como los principios éticos. Este proceso está condicionado por tres factores fundamentales: las diferencias individuales (edad, género, religión la fuerza del yo, la independencia), las variables situacionales (presión del desempeño, conflictos interpersonales, autoevaluación de eficacia, tipología de problemas éticos) y las variables organizacionales (Influencia de la autoridad o superiores, códigos de ética en la organización, sistema de recompensas y sanciones efectivos). Las decisiones en las organizaciones deben estar alineadas con los valores y código de ética institucional.

**Razones estratégicas y éticas para el desarrollo de la RSE:**

Las razones estratégicas para el desarrollo de la RSE son la mejora de la imagen de la compañía, la generación de lealtad por parte de los trabajadores, la atracción de personas más calificadas, la captación de inversiones estables, entre otros. Mientras que existen otras más importantes de carácter ético como, la necesidad de confianza, la demanda ética de responsabilidad que tiene cualquier persona u organización de acuerdo con su poder, la imposibilidad de eludir el nivel posconvencional y la voluntad de justicia y felicidad de las personas que trabajan en una organización, sus grupos de interés y la comunidad local.

# **CONTEXTO DEL CASO ASIGNADO**

**Legalidad o seguridad / dilema para las tiendas de conveniencia en Monterrey.**

En el área metropolitana de Monterrey, de 2003 a 2009 hubo un incremento del 30% en el número de pandillas de 1,600 a 2,300 y en el número de pandilleros de 68% de 11,319 a 35,000. Ese aumento en la delincuencia afectó el desarrollo de la estrategia de crecimiento de una cadena de tiendas de conveniencia que opera las 24 horas, pues el número de asaltos en sus negocios pasó de 3,127 en el 2007 a 4,146 en el 2010. Ante dicha situación líderes de tienda aceptaron recibir protección por parte de pandillas a cambio de gratificaciones en especie, cerveza, vinos y cigarros. Jacinto Cenobio, líder de una de dichas tiendas, se encuentra en la encrucijada de aceptar este tipo de protección, a sabiendas de que promueve la ilegalidad de estos grupos y su posible proliferación o utilizar algunas de las estrategias que la cadena promueve para frenar el número de asaltos y contribuir a la mejora del tejido social, corriendo el riesgo de que no den resultados dichas estrategias y su negocio se vea afectado negativamente.

# **ÉTICA Y ECONOMÍA EN LAS EMPRESAS**

Las empresas tienen como principal objetivo estratégico su crecimiento económico, rentabilidad y permanencia en el mercado, para lograrlo, llevan a cabo estrategias comerciales que pueden ser hostiles de cierta manera, las cuales pueden traer consecuencias negativas para los colaboradores, la misma empresa y la sociedad en la que opera. El papel que juegan los valores éticos personales de los directivos, así como del equipo de dirección a todos los niveles y de una empresa durante su gestión, son fundamentales y definitorios en el actuar de la compañía y su política estratégica, ya que, como líderes, están llamados a transmitir y guiar a la compañía por los caminos del comportamiento ético responsable en su interacción con la sociedad. Esto nos lleva a analizar también el papel de los directivos a la hora de tomar decisiones desde un punto de visto ético vinculadas con la profesión que realizan jugando un papel esencial el respeto y la lealtad al cliente final para el cual se trabaja y a los principios éticos que rigen los códigos de conducta de dicha compañía. Es necesario el análisis de las situaciones que se presentan, evaluando los escenarios donde debatir o brindar información estratégica solo concerniente a una compañía, pues mentir u ocultar información no resulta en una actitud ética y es cuestionable moralmente, no siendo así la oportuna intervención para exponer mediante razones éticas el no poder esclarecer un tema determinado. Es importante tener en cuenta que, en la mayoría de los casos, los deseos de crecimiento de los directivos y empresas son la principal causa de corrupción y prácticas poco éticas. Esto es debido a la moderna conceptualización de éxito en la vida, la degradación de los valores morales en todas las escalas de la sociedad y el deseo irracional y desmedido de poseer, cada vez más, bienes materiales. En el caso que nos ocupa, la expansión de la cadena de tiendas se llevó a cabo sin tener en cuenta las características sociales y grado de peligrosidad donde se concebían inaugurar estas tiendas, no fue considerado el problema socioeconómico existente en estas áreas, aspectos que son inseparables al buen funcionamiento, estabilidad y seguridad de las nuevas instalaciones. Es importante tener en cuenta que, en el caso de las tiendas de conveniencia al ubicar las mismas en zonas de peligrosidad o condiciones socioeconómicas desfavorables, se vería comprometida la seguridad de estas y de las familias que las regentaran.

La influencia de factores como nivel cultural y de escolaridad, características ético-sociales y nivel económico donde opera un negocio definen, de cierta manera, las políticas y estrategias de los mismos, siendo una variable fundamental dentro del esquema, los principios éticos de los directivos y personas en general que componen la empresa, ya que todos de conjunto inciden en la sociedad en que vivimos, por lo que no pueden visualizarse como fenómenos independientes. La expansión de las tiendas de conveniencia favoreció al crecimiento de la compañía, pero también sufrieron afectaciones por la creciente normalización de la delincuencia en estas áreas. Manifestación dada, como mencionábamos anteriormente, por la desvalorización de la sociedad y la ambición desmedida de las personas, que afecta no solo al área metropolitana de Monterrey, si no a gran parte de los países en el mundo. Los valores éticos de justicia, libertad, igualdad y solidaridad son aceptados como principios universales y como métodos de actuación positivos, independientemente de las religiones, raza o área geográfica. Los mismos enseñan, guían y trazan el camino del buen ciudadano, su interiorización y puesta en práctica garantizan la paz ciudadana y mundial. Los valores actúan como elementos indicadores de justicia, de lo positivo y delimitan lo que es negativo, por lo que, aunque la sociedad normalice los delitos y las malas conductas, estos actos siempre van a poder ser juzgados.

Resulta interesante, además, abordar la incidencia que tienen las acciones de RSE sobre la sociedad, aun cuando existan opiniones críticas en cuanto al papel que juegan las mismas como instrumento de enriquecimiento y marketing para las compañías. Más allá de ese criterio consideramos que es de valor fundamental seguir implementando a todos los niveles iniciativas de RSE e implementarlas como parte fundamental del desarrollo de la empresa y de cada individuo que la integra; pues nos permiten identificar las necesidades sociales del entorno en que opera y colaborar en su solución, impulsando el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida, o lo que es lo mismo, del desarrollo humano y profesional de toda la comunidad (empleados, familiares, accionistas y proveedores), que al final son el núcleo vital de la sociedad que construimos cada día. De continuar aplicando con perseverancia políticas de RSE en las tiendas de conveniencia en Monterrey, existe un por ciento de probabilidad que se generen cambios a lo interno de la comunidad donde se encuentra, sembrando la semilla de los valores morales.

# **CONSIDERACIONES SOBRE EL CASO ANALIZADO**

Basándonos en todos los elementos expuestos anteriormente proponemos una seria de acciones que es posible realizar para generar un cambio verdadero dentro de la sociedad. Teniendo en cuenta las facilidades que ofrecen las tiendas de conveniencia para el cliente final, la opción de reubicar las mismas no resulta en un beneficio para la comunidad, de ahí que, como primera acción se debe involucrar a la comunidad en el desarrollo de esta a través de la elección de personas con valores como gerentes de dichas tiendas, instruyéndolos en las buenas prácticas sobre RSE. No permitir tratos con pandillas para no perpetuar el chantaje. Reforzar la seguridad de las instalaciones. La inserción de la empresa en trabajos comunitarios, el trabajo de rehabilitación e inserción de jóvenes pandilleros, ofreciéndoles empleo y capacitación para que mejoren las condiciones de vida. Creación de proyectos para el trabajo social en las zonas conflictivas, con programas diversos que les permitan sentirse parte activa de la comunidad donde se desarrollan; fomentando de esta forma los valores y las actitudes éticas, que permita crear hombres y mujeres de bien, capaces de cambiar la realidad de su comunidad a través del buen actuar.

# **CONCLUSIONES**

Las empresas de hoy se están dando cuenta de que el éxito no depende sólo de la obtención de utilidades, sino que se requiere contribuir con todos los que participan en ellas para hacerlas más competitivas y enfrentar un mundo cada vez más globalizado. Para lograr esto deben emprender acciones de responsabilidad social empresarial (RSE); sin embargo, existe confusión sobre el concepto y algunas empresas que dicen ser socialmente responsables no lo son totalmente.

Para la mayoría de las empresas RSE es mejorar la calidad de vida del personal y la contribución a la sociedad. Sin embargo, sus acciones se orientan principalmente hacia el trato e imagen ante el cliente, con el objetivo de vender más. Son pocos los que se refirieron al cuidado y preservación del medioambiente o al tema de la filantropía. En ninguna de las empresas se cumple el concepto completo, por lo que no pueden llamarse socialmente responsables en el sentido amplio y estricto de su significado.

Todas las personas no son como deberían ser ni actúan como deberían actuar, las empresas están conscientes del creciente desafío de cuantificar el impacto de sus actividades, procesos, productos y servicios, lo que queremos decir es que se requiere un cambio de conducta que permita a las empresas ser más benéficas social y ambientalmente.

# **BIBLIOGRAFÍA**

* Libro de Ética responsabilidad, y sostenibilidad empresarial
* [La responsabilidad social empresarial: Un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán (scielo.org.mx)](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422008000300005).
* https://www.ecotec.edu.ec/material/material\_2020B2\_ADM210\_03\_143815.pdf