

Módulo 6: Ética Empresarial y Responsabilidad Social Corporativa

Conceptos esenciales

Ética empresarial

Los estándares de comportamiento ético y legal están entrelazados, pero son "códigos" separados que surgen de diferentes fuentes. La legalidad proviene de la legislación o la jurisprudencia que establece estándares de comportamiento: el comportamiento ilegal puede ser castigado con multas, encarcelamiento o ambas cosas. Como rama de la filosofía, la ética investiga las preguntas "¿Cuál es la mejor manera de vivir para la gente?" Y "¿Qué acciones están bien o mal en circunstancias particulares?" En la práctica, la ética busca resolver cuestiones de la moralidad humana, definiendo conceptos como el bien y el mal, el bien y el mal, la virtud y el vicio, la justicia y el crimen.

Las empresas y organizaciones poseen un conjunto de normas éticas al igual que las personas. Cuando nos referimos a la "ética empresarial", nos referimos a la cultura, las actitudes o las acciones que rigen el "bien frente al mal". La mayoría de las organizaciones tienen un código de ética formal que guía las decisiones y acciones de la empresa.

Desafíos éticos

Las empresas y sus empleados, gerentes y propietarios se enfrentan a una variedad de problemas éticos a medida que llevan a cabo su vida laboral. Las cuestiones éticas incluyen conflictos de intereses, sobornos, sobornos y cuestiones de honestidad e integridad.

La denuncia de irregularidades es cuando una persona expone actividades ilegales, poco éticas o inadecuadas dentro de una organización, generalmente motivadas por un sentido de justicia o el miedo a las consecuencias, aunque puede tener diferentes motivaciones y resultados.

Responsabilidad social corporativa

La responsabilidad social corporativa (RSC) se refiere a las acciones que las empresas toman o se abstienen de tomar en función del impacto de esas acciones en el entorno externo y la comunidad. Hoy en día, las empresas se están dando cuenta de la importancia de la responsabilidad social corporativa (RSE) para atraer y mantener a empleados y clientes. Hay varios impulsores que empujan a las empresas hacia la responsabilidad social corporativa, incluido el aumento de la presión de los consumidores, la presión de los accionistas e inversores, y la presión de la cadena de suministro.

Los diferentes enfoques de la responsabilidad social corporativa (RSC) incluyen la filantropía corporativa, el marketing relacionado con la causa, la sostenibilidad, el emprendimiento social y el marketing social, cada uno con su propio enfoque e impacto únicos en la sociedad.

Ética en el entorno global

Al realizar negocios a nivel internacional, surgen problemas éticos debido a las variaciones en los sistemas políticos, los marcos legales, las normas culturales y las presiones competitivas, lo que hace difícil distinguir entre prácticas éticas y no éticas. Un ejemplo destacado es la corrupción, donde algunos ejecutivos corporativos recurren a incentivos financieros para influir en los funcionarios extranjeros, lo que puede conducir a riesgos legales, dañar los intereses locales, contribuir a una cultura de corrupción y dañar la reputación de una empresa. Para combatir la corrupción, las leyes anticorrupción como las de EE. UU. Se ha implementado la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA), que penaliza el soborno de funcionarios públicos extranjeros por parte de empresas estadounidenses y empresas extranjeras que cotizan en las bolsas de valores de los Estados Unidos.

El cumplimiento de la legislación anticorrupción plantea desafíos éticos para las corporaciones debido a las diferentes normas sociales y culturales en todo el mundo, donde los actos considerados poco éticos en un país pueden ser aceptados en otro. Esto pone de relieve la importancia de comprender las diferencias culturales en el comportamiento ético y la necesidad de que las personas alineen sus propios estándares éticos con los de sus organizaciones cuando buscan empleo.

Conexión profesional: Liderazgo

El liderazgo es más que solo estar a cargo; implica reconocer las fortalezas, tanto en uno mismo como en los demás, y utilizarlas para lograr los objetivos de la organización, demostrados a través de comportamientos como motivar a los demás, aceptar la retroalimentación, pensar de manera creativa y servir como mentor o modelo a seguir.

Glosario

autoprocesión

una persona con autoridad para tomar decisiones hace que la organización que representa entre en una transacción que se beneficia a sí misma; estar en ambos lados de un acuerdo

código de ética

un conjunto de normas que sirve de guía para los miembros de una organización

código de prácticas

adoptado por una profesión o por una organización gubernamental o no gubernamental para regular esa profesión

conflicto de intereses

un desafío ético que ocurre cuando un individuo u organización está involucrado en múltiples intereses que están en desacuerdo entre sí

empleo externo

es un conflicto de intereses cuando los intereses de un trabajo entran en conflicto con los intereses del otro

ética empresarial

normas o conjuntos de valores que rigen las acciones y el comportamiento de las personas dentro de una organización empresarial y de la propia empresa en áreas que no están reguladas directamente por las leyes

ética

un conjunto de normas morales que rigen la conducta de una persona

Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA)

criminalizó el soborno de funcionarios públicos extranjeros por parte de empresas estadounidenses, así como de empresas extranjeras que cotizan en las bolsas de valores de los EE. UU.

liderazgo

implica ser capaz de reconocer sus fortalezas y las de su equipo y aprovechar esas fortalezas para lograr los objetivos de la organización

marketing

el uso de técnicas de marketing empresarial en la búsqueda de objetivos sociales

nepotismo

las decisiones comerciales, como la contratación y las compras, implican a los miembros de la familia, plantean un conflicto de intereses

regalos de asociados

puede plantear un conflicto de intereses

soborno

el acto de dar dinero, bienes u otras formas de compensación a cambio de un beneficio al donante que, de lo contrario, el destinatario no elegiría dar; un acuerdo de quid pro quo

soborno

una forma de soborno negociado en la que se paga una comisión al sobornador a cambio de los servicios prestados

sostenibilidad

la capacidad de una sociedad o empresa para seguir operando sin comprometer las condiciones ambientales del planeta en el futuro