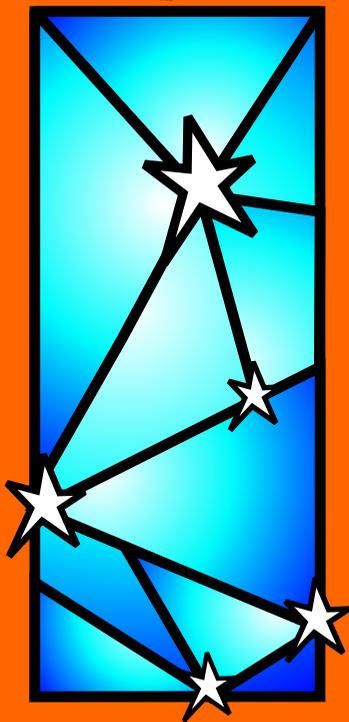


Rumbo
PYMES
Integras y Transparentes

UNA HERRAMIENTA DE TRANSPARENCIA POR COLOMBIA

Carta de Navegación



GUÍA DE MANEJO DE LA HERRAMIENTA



Corporación
**TRANSPARENCIA
POR COLOMBIA**
CAPÍTULO TRANSPARENCIA INTERNACIONAL

AUTORES DEL MÓDULO

HERNÁN ESCOBEDO
RAMÓN BERNARDO BULLA
TRANSPARENCIA POR COLOMBIA

COORDINACIÓN GENERAL DE LA SERIE

ALMA ROCÍO BALCÁZAR
COORDINADORA
TRANSPARENCIA POR COLOMBIA

ASESORÍA Y ADAPTACIÓN DE LOS MÓDULOS

JERRY O'BRYEN
DANIEL SUÁREZ
CAROLINA VARGAS
JOSÉ JAVIER AGUILAR
FRANCISCO JARAMILLO
ANGÉLICA RODRÍGUEZ

GRUPO DE APOYO

LUISA FERNANDA PADILLA
ANDRÉS MORALES
CATALINA RODRÍGUEZ
SANTIAGO GARCÍA
ANDREA GÓMEZ
ANDRÉS POSADA
CAROLINA URUEÑA
PATRICIA POLO
DIANA ARANDA

JUNTA DIRECTIVA

GUSTAVO BELL
CLEMENS CAICEDO
GUILLERMO CARVAJALINO
ANDRÉS ECHAVARRÍA
RODRIGO GUTIÉRREZ
ALEJANDRO LINARES
RAMIRO SANTA

CONSEJO RECTOR

GUSTAVO BELL
ANDRÉS ECHAVARRÍA
RODRIGO GUTIÉRREZ
ALEJANDRO LINARES

DIRECTORA EJECUTIVA

ROSA INÉS OSPINA

Corporación Transparencia por Colombia®
Serie **Rumbo PYMES -Integras y Transparentes- Carta de Navegación**
"Guía de Manejo de la Herramienta"

ISBN Obra Completa
Rumbo PYMES -Integras y Transparentes-
958-33-6105-4

ISBN Volúmen 1
Carta de Navegación
"Guía de Manejo de la Herramienta"
958-33-6106-2

Bogotá D.C. - Colombia-
América del Sur

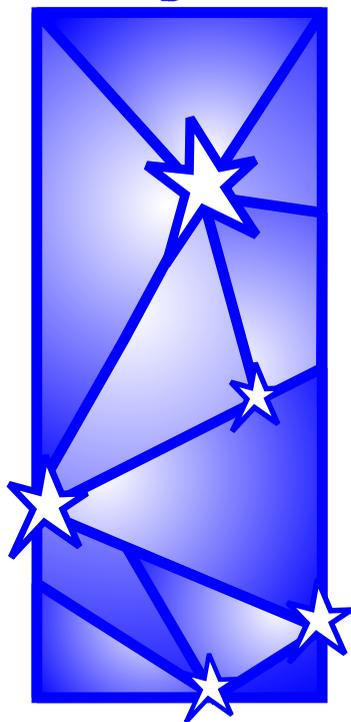
La edición y publicación del la **Serie Rumbo PYMES -Integras y Transparentes-**, se hizo posible gracias al apoyo financiero de la Fundación Merck en la fase de diseño y a la Agencia de Cooperación Internacional de los Estados Unidos para el Desarrollo, USAID en la fase de implementación.

Todos los derechos reservados.



UNA HERRAMIENTA DE TRANSPARENCIA POR COLOMBIA

Carta de Navegación



GUÍA DE MANEJO DE LA HERRAMIENTA

Usted esta a punto de embarcarse en una aventura gratificante. Para lograrlo debe medir el estado de su nave, de su tripulación y de los instrumentos de navegación. Ese es el primer paso para su nave a puerto seguro.

CARTA AL EMPRESARIO

1.	DESCRIPCIÓN DE RUMBO PYMES- INTEGRAS Y TRANSPARENTES-	
1.1.	¿Qué es?	5
1.2.	Características	5
1.3.	¿Cómo está conformada?	6
1.4.	¿Qué se necesita para autogestionar Rumbo PYMES - Integras y Transparentes-?	11
1.5.	¿Cómo se implementa?	15
2.	¿POR QUÉ ES IMPORTANTE UN PROGRAMA INTEGRAL DE ÉTICA EN LAS EMPRESAS?	16
3.	FUNDAMENTOS DEL PROGRAMA	
3.1.	La ética en la empresa	19
3.2.	Los valores en la empresa	22
3.3.	Los desempeños éticos empresariales	23
3.4.	Crecimiento personal e institucional	24
4.	PREJUICIOS SOBRE LA ÉTICA	25
5.	CONSECUENCIAS DE LA FALTA DE ÉTICA	
5.1.	El Problema de corrupción en Colombia	28
5.2.	Consecuencias generales y costos de la corrupción	30
6.	GLOSARIO	32

¿De los siguientes beneficios con cuáles le gustaría contar para su empresa?

(Marque si o no)

	Si	No		Si	No
Aumentar la confianza entre los clientes y demás grupos de interés con los que interactúa la empresa, generando mayor fidelidad hacia sus marcas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Favorecer la generación y mantenimiento de prácticas empresariales, evitando conductas incorrectas y daños potenciales a las personas y a la sociedad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mejorar la imagen corporativa, ganando una mayor credibilidad en el entorno.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Formar sólidos equipos de trabajo que comparten valores y actúan hacia la consecución de un objetivo común.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incrementar la productividad y competitividad, respetando los derechos fundamentales y los valores centrados en el bien común.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Incentivar la rendición de cuentas y el sentido de pertenencia a la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Decidir con más prudencia sobre la manera de obrar mejor y de resolver situaciones para las que no haya una reglamentación previa, clara y precisa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Permitir el fortalecimiento organizacional y el desarrollo del talento humano.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Incorporar la reflexión acerca de los valores éticos en el proceso diario de toma de decisiones en el trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Contribuir al fortalecimiento de sectores de negocios más éticos y transparentes, abiertos a la libre y justa competencia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Resultados:

Usted tiene claro el rumbo que desea para su empresa. Por favor pase a la siguiente página

Más de cinco respuestas positivas.

Menos de cinco respuestas positivas:

Le recomendamos leer los capítulos 3, 4 y 5 de esta guía.



UNA HERRAMIENTA DE TRANSPARENCIA POR COLOMBIA

Felicitaciones!!

Estimado empresario o empresaria:

Usted ha elegido implementar este programa, que le traerá un mar de beneficios para su empresa.

El material que usted recibe con esta Guía, constituye un apoyo para las empresas que quieran autogestionar **Rumbo PYMES -Integras y Transparentes-**, una herramienta de manejo gerencial que busca convertirse en el impulsor de las buenas prácticas en su empresa.

La lectura del material que recibe le permitirá conocer:

- ★ Lo que es y lo que busca el programa.
- ★ La forma de implementarlo.
- ★ El perfil ideal de las personas que dirigirán el proceso de implementación de éste.
- ★ El contexto en el que se desarrolla el programa.
- ★ Los fundamentos del programa.

Rumbo PYMES -Integras y Transparentes -, nace de la convicción y no de la imposición y es el mejor motor de gestión para estimular el cumplimiento de los objetivos empresariales .

Los resultados alcanzados con la herramienta, permitirán afectar positivamente las relaciones que tiene su empresa con los diferentes grupos de interés y especialmente con sus colaboradores, de tal manera que se pueda construir un entorno empresarial mas justo, transparente, sostenible y perdurable en el tiempo, que responda a las demandas de los mercados.

CORPORACIÓN TRANSPARENCIA POR COLOMBIA

DESCRIPCIÓN DE RUMBO PYMES -INTEGRAS Y TRANSPARENTES-

1.1. ¿Qué es?

Es una herramienta autogestionada de manejo gerencial para el desarrollo humano, que permite a las empresas generar prácticas éticas en la relación con cada uno de sus grupos de interés, favoreciendo la construcción de una comunidad empresarial comprometida con el bien común, la transparencia y con la lucha contra la corrupción, a través del logro de altos estándares éticos.



1.2. Características.

Autogestionada

Está diseñada para que cada empresa la aplique de manera autónoma y directa a partir de la utilización de una serie de ejercicios prácticos, propuestos para que los emplee según sus necesidades concretas.

Participativa

Promueve dinámicas de trabajo participativas que permiten que todos los miembros de la empresa se involucren en el proceso de construcción de la ética empresarial y lo interioricen.

Práctica

Busca generar compromisos y consensos, haciendo énfasis en la

práctica más que en el discurso y combinando la reflexión individual con la colectiva.

Flexible

Resulta flexible en su metodología para que cada empresa la adapte a su contexto y decida qué módulos de apoyo temático necesita trabajar, de acuerdo con las necesidades propias de la empresa.

Consistente

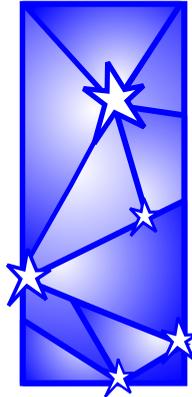
Si bien cada uno de los módulos puede ser implementado independientemente, todos están diseñados de tal forma que guarden una coherencia interna tanto en su enfoque como en su metodología.

¿Qué es?

1.3. ¿Cómo esta conformada?

1 Módulo Introdutorio

Carta de Navegación



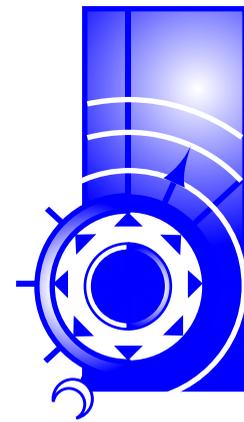
Ésta guía le aporta una visión panorámica de la metodología para la autogestión de un Programa Integral de Ética en su Pyme, con información detallada sobre objetivos, beneficios, formas de aplicación, así como fundamentación teórica para entender los contenidos y sus alcances. Contiene la información necesaria para emprender con entusiasmo su implementación.

GUÍA DE MANEJO DE LA HERRAMIENTA

3 Módulos Básicos

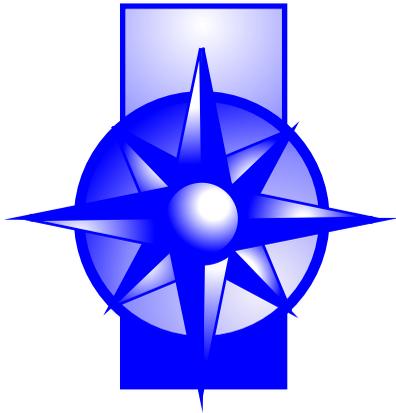
Para alcanzar las metas de su empresa es muy importante conocer cómo perciben los empleados y las empleadas la vivencia de los valores en la misma. Este módulo facilita el desarrollo de una encuesta sobre el clima ético, y contiene un software para procesar la información que arroje la encuesta. Con el Barómetro se podrán medir las debilidades y fortalezas éticas de su empresa en relación con cinco Desempeños Éticos Empresariales: Liderazgo Ético, Reporte y Consulta, Sistemas de Reconocimientos y Sanciones, Comunicación al Servicio de la Ética, y Respeto a las Normas Justas.

El Barómetro



MEDICIÓN DEL CLIMA ÉTICO

Marcar Coordenadas



COMPROMISOS ÉTICOS

Promueve entre las personas vinculadas a una empresa la consecución de acuerdos acerca de cuáles son los comportamientos deseados en las condiciones cotidianas de trabajo, de manera que todas ellas se comprometan a actuar bajo las mismas reglas. Fija el rumbo y compromete a los empleados, las empleadas y la empresa con acciones concretas en el marco de la integridad y la transparencia.

*Los módulos **El Barómetro** y **Marcar Coordenadas** son de inmediata aplicación, con ellos se realiza una medición del clima ético de la empresa y se construyen participativamente los compromisos éticos que asumirá el personal de la Pyme.*

Este módulo promueve la adopción voluntaria de un marco de prácticas efectivas para contrarrestar el soborno en las formas más comunes en que se presenta en la pequeña y mediana empresa. Su construcción definitiva se hará con algunas Pymes que implementen la metodología.

Salvamento Maíno



PRINCIPIOS PARA
CONTRARRESTAR EL SOBORNO

6

Módulos Temáticos

Los módulos contienen ejercicios grupales e individuales, talleres para hacer reflexión sobre prácticas éticas e incentivar su apropiación en el comportamiento diario, indicadores de gestión que permiten verificar el avance sobre contenidos y referencias bibliográficas para propiciar la consulta permanente de información sobre el tema.

En la empresa, sus empleados y empleadas, necesitan estar preparados para afrontar los dilemas éticos que se les presentan cotidianamente dentro de un marco de valores comunes que oriente sus decisiones. Este módulo de capacitación, contribuye con un proceso de aprendizaje a partir de la discusión y reflexión sobre situaciones de común ocurrencia en las Pymes en las que se ponen en juego valores éticos.

Despejar el Rumbo



GOBERNABILIDAD
EN EMPRESAS FAMILIARES

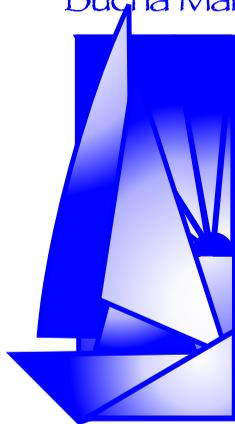
Orientación en Alta Mar



CAPACITACIÓN EN ÉTICA

Éste módulo entrega opciones y caminos para las Empresas Familiares de tal manera que fortalezcan su direccionamiento estratégico y el modo de conducir las cuando quienes intervienen en su administración son integrantes de una misma familia. Es una herramienta dirigida a facilitar la sostenibilidad de dichas empresas aún en el contexto complejo de las relaciones familiares.

Buen Viento Buena Mar



RESOLUCIÓN ÉTICA DE CONFLICTOS

Con éste módulo se fomenta una actitud pacífica entre los miembros de la empresa de tal manera que los conflictos y las diferencias se resuelvan de manera constructiva y positiva. Para esto se proponen cinco mecanismos ágiles a los que pueden acceder todas las personas de la empresa.

Promueve la organización de espacios para el reporte y la consulta.

En el fortalecimiento del clima ético empresarial es muy importante contar con la utilización efectiva de los canales formales e informales de comunicación con los que cuenta la Pyme.

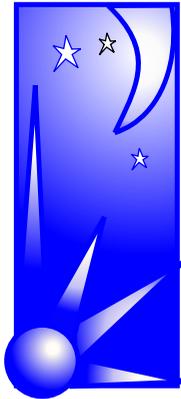
Éste módulo apoya el proceso de apropiación de valores y compromisos éticos adquiridos estimulando una comunicación responsable, fluida y transparente

Lazos a Bordo



FORTALECIMIENTO DE CANALES DE COMUNICACIÓN

Popa o Proa?



TOMA DE DECISIONES CON SENTIDO ÉTICO

Mejorar la calidad de las decisiones que se toman diariamente en las empresas contribuye a desmontar progresivamente prácticas lesivas al interés común y a contrarrestar actos de corrupción.

Éste módulo trabaja casos empresariales con modelos para resolver dilemas a los que se pueden exponer las directivas de la empresa.

Actuar con convicción constituye un motor de gestión para alcanzar las metas propuestas. Éste módulo potencializa la capacidad del equipo de trabajo de la empresa para convocar voluntades en torno a valores comunes.

Fomentar el liderazgo permite que las personas se sientan partícipes y gestoras de la realidad empresarial.

Viento en Popa



LIDERAZGO ÉTICO

1.4. ¿Qué se necesita para autogestionar Rumbo PYMES -Integras y Transparentes-?

- a) El compromiso de la gerencia o la dirección.
- b) Un "grupo promotor" que apoye a la gerencia.
- c) El soporte de unos "facilitadores" que lideren los talleres y sesiones de trabajo con todo el personal de la empresa.



a) El compromiso de la gerencia:

El compromiso del empresario o de la empresaria implica el conocimiento de:

- Los objetivos.
- Comprender la metodología.
- Disponer de recursos y tiempo para su implementación dentro de la empresa.
- Hacer seguimiento al desarrollo.
- Respalda el montaje y puesta en marcha de las estrategias que se decidan implementar para garantizar el éxito de la autogestión de **Rumbo PYMES -Integras y Transparentes-**.

La gestión del programa no puede ser responsabilidad de una sola persona, sino de un equipo que lo lidere dentro de la empresa. Por esta razón la gerencia decide quiénes deben conformar el grupo promotor.

Le recomendamos antes de elegir los miembros de este grupo, leer sobre el perfil y las funciones que desempeñarán. Una vez definido el grupo, entrégueles anticipadamente ésta **Carta de Navegación**, para que les sirva de guía de manejo.

La gerencia

Conforme el grupo promotor, entréguele esta **Carta de Navegación** “Guía de Manejo de la Herramienta” y programe una reunión donde se traten los siguientes temas:

- Manifiésteles su apoyo a la autogestión de la herramienta y preséntela de manera general.
- Coménteles los beneficios que se obtienen de la misma.
- Muéstreles cómo está compuesta.
- Dé a conocer la importancia y funciones del grupo promotor.
- Prepare con ellos el plan de acción y cronograma para la aplicación del módulo **El Barómetro** “Medición del Clima Ético”.
- Una vez obtenidos los resultados, analícelos y programe las fechas de los talleres para construir los compromisos éticos.
- Periódicamente reúnanse con el grupo promotor para seguir definiendo los cronogramas de trabajo, elección de facilitadores y aplicación de planes de acción de acuerdo a los módulos que se decidan desarrollar.

Es importante que usted, como gerente y líder de la empresa se encuentre enterado de las opciones y los alcances que presentan cada uno de los módulos de la herramienta. Para esto le sugerimos hacer una lectura del material que está recibiendo.

Antes de iniciar cualquier acción comunique a todo el personal la decisión de comenzar a autogestionar **Rumbo PYMES -Integras y Transparentes-**, confirme su compromiso con este proceso por medio de cartas o memorandos. Es importante explicar las actividades con las que se dará inicio a la implementación de la herramienta.

b) El grupo promotor:

El grupo promotor apoyará a la gerencia en el logro de los objetivos de la herramienta y será el encargado de lograr que los módulos se apliquen dentro de la empresa. Este grupo estará conformado por 2 o 3 personas, quienes deberán realizar un trabajo coordinado con la gerencia.

Perfil

- ★ Personas que hayan demostrado su compromiso con estándares éticos a lo largo del trabajo para la Pyme.
- ★ Gente comprometida y que se sienta interesada por el tema de la ética y la responsabilidad social empresarial.
- ★ Con alto sentido de pertenencia a la empresa, con iniciativa y creatividad.
- ★ Con responsabilidad comprobada en sus trabajos.
- ★ Con capacidad de comunicación y demostrado liderazgo entre los empleados.

- ★ Hacer un plan de trabajo.
- ★ Coordinar la aplicación de los módulos básicos.
- ★ Asegurarse de que las encuestas del módulo **El Barómetro** "Medición del Clima Ético", se diligencien completamente por el personal.
- ★ Realizar el análisis de los resultados y definir con la gerencia qué módulos de apoyo temático se aplicarán.
- ★ Velar por que la empresa cuente con una declaración de compromisos éticos después de la aplicación del módulo: **Marcar Coordinadas** "Compromisos Éticos"
- ★ Reproducir todos los materiales que se necesiten para los diferentes ejercicios de los módulos.
- ★ Hacer un archivo para el seguimiento a la aplicación de la herramienta.
- ★ Definir con quién lo estime conveniente dentro de la Pyme, los posibles facilitadores.

Funciones

Los facilitadores

c) Los facilitadores:

Son las personas seleccionadas al interior de la empresa para dirigir los talleres y las dinámicas propuestas en los diferentes módulos y que pueden ser integrantes del grupo promotor.

Perfil

- ★ Que sean entusiastas, reconocidos y respetados en la empresa.
- ★ Den buen ejemplo a sus compañeros y compañeras.
- ★ Muestren interés por el tema de la ética y los valores.
- ★ Que escuchen a los demás.
- ★ Que tengan facilidad de comunicación.
- ★ Puedan dar una opinión y respetar la de los demás.
- ★ Permitan a otros compartir sus ideas sin presionarlos.
- ★ Que manejen grupos con facilidad.

- ★ Organizar sesiones de trabajo y convocar a los participantes a éstas. Tener en cuenta la logística .
- ★ Facilitar la realización de talleres y ejercicios que contiene cada módulo de la herramienta.
- ★ Guiar a los participantes hacia la consecución de resultados y fomentar la participación de éstos durante los ejercicios prácticos.
- ★ Moderar las reuniones de trabajo para optimizar el tiempo y llegar a conclusiones, cuando éste sea el objeto de la misma.
- ★ Mantener el control de las sesiones de trabajo.
- ★ Realizar las memorias de las reuniones .

Funciones

1.5. ¿Cómo se implementa Rumbo Pymes -Integras y Transparentes-?

1

Aplique **El Barómetro** “Medición del Clima Ético”.

2

Construya con todos los involucrados una declaración de compromisos éticos después de aplicar el módulo **Marcar Coordinadas**.

3

A partir del resultado de **El Barómetro** y con base en los compromisos éticos detecte en qué desempeño ético empresarial debe mejorar y qué módulos de apoyo temático debe implementar para lograrlo.



4

Verifique y monitoree los avances de la herramienta. Aplique una nueva medición del clima ético.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE UN PROGRAMA INTEGRAL DE ÉTICA EN LAS EMPRESAS?

- ★ Porque las empresas que actúan dentro del respeto por los derechos fundamentales y por los valores centrados en el bien común, incrementan su productividad y competitividad, evitando daños potenciales a las personas, a la sociedad y al medio ambiente.
- ★ Porque las empresas que adelantan sus intercambios comerciales dentro de estrictos principios de respeto, honestidad y transparencia se posicionan mejor en el mercado y aumentan su prestigio, pues mejoran su imagen corporativa al ganar mayor credibilidad en los negocios y más confianza entre los consumidores, proveedores y demás grupos de interés y lealtad de los mercados hacia sus marcas y servicios.
- ★ Porque **Rumbo PYMES -Integras y Transparentes-**, ayuda a mantener las actividades de las empresas y de sus colaboradores dentro del respeto por la ley, disminuyendo así las posibilidades de sanciones legales.
- ★ Porque la capacidad reflexiva desarrollada a través de **Rumbo PYMES -Integras y Transparentes-**, permite decidir con más prudencia sobre la mejor manera de obrar y de resolver situaciones para las que no haya una reglamentación previa, clara y precisa, favoreciendo así la generación y mantenimiento de prácticas empresariales dentro de un marco ético.
- ★ Porque al desarrollar un mayor compromiso con los valores, las empresas se vuelven más conscientes y evitan conductas incorrectas, permitiéndoles blindarse contra la corrupción.
- ★ Porque un mejor clima ético dentro de las empresas contribuye a la formación de sólidos equipos de trabajo que comparten valores y actúan de común acuerdo, con objetivos claros y un mismo sentido para todos.

¿Por
qué?

- ★ Porque los miembros de las empresas que desarrollan **Rumbo PYMES -Integras y Transparentes-**, experimentan un mayor crecimiento personal y una mayor confianza en sí mismos para enfrentar los problemas.
- ★ Porque unifica los criterios entre distintas líneas de trabajo, funciones y grupos, alrededor de un marco común de comportamiento soportado en valores.
- ★ Porque incorpora la reflexión acerca de los valores éticos mejorando el proceso diario de toma de decisiones en el trabajo
- ★ Porque incentiva la rendición de cuentas y el sentido de pertenencia a las empresas.
- ★ Porque permite el fortalecimiento organizacional y el desarrollo del talento humano.
- ★ Porque contribuye a la creación de sectores de negocios más éticos y transparentes y a la sana competencia.

¿Por qué las pequeñas y medianas empresas como grupo objetivo?¹

- ★ Porque generan aproximadamente el 63% del empleo nacional.
- ★ Significan el 32% del valor agregado industrial.
- ★ Son la tercera parte de las exportaciones no tradicionales.
- ★ Alcanzan el 96.4% de los establecimientos.
- ★ Representan el 40% de la producción manufacturera y en esa misma proporción de los salarios en Colombia, lo cual demuestra su importancia y su gran potencial de crecimiento.²

Resulta particularmente importante que las pequeñas y medianas empresas trabajen los temas de ética empresarial ya que representan un porcentaje interesante del empresariado colombiano y son un núcleo generador de crecimiento y desarrollo empresarial.

1. Según la ley 590 de 2000 son pequeñas empresas aquellas que tienen entre 11 y 50 empleados y manejan entre US\$62.373 y US\$ 622.606 en activos anuales. La misma ley clasifica a las medianas empresas, como aquellas que tienen entre 51 y 200 empleados y manejan entre US\$622.607 y US\$1.867.042 en activos anuales.

2. Editorial de la revista "Pyme" de ACOPI BOGOTÁ, Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias, Septiembre de 2003. Edición No. 1. Bogotá, Colombia.

- ★ Representan un núcleo generador de crecimiento y de desarrollo empresarial
- ★ Son un sector estratégico en cualquier proceso de transformación social y cultural en el país, por su capacidad de generar empleo y por participar en todos los momentos del proceso productivo nacional como proveedores y productores de bienes y servicios.
- ★ Por sus características, son empresas que, con frecuencia, generan modelos de gestión difusos y configuran ambientes ineficientes, injustos y proclives a la corrupción, lo que afecta su competitividad y productividad y les exige una mayor responsabilidad en sus procesos de gestión internos y externos.

La preocupación por mejorar la competitividad y productividad de las Pymes surge de estudios que demuestran que cerca del 40% de éstas desaparecen en el primer año de existencia y esa cifra llega a alrededor del 50% cuando se extiende a un lapso entre 18 y 24 meses.

Esta situación tiene un efecto grave en materia de empleo ya que se pierden alrededor de 220.000 puestos de trabajo por año.³

Adicionalmente esos estudios demuestran que dentro de este tipo de empresas se presentan problemas de gestión, de acceso a los mercados, así como inconvenientes en el tipo de relación que establecen con el Estado.

Veamos entonces que entendemos por ética y cuáles son los conceptos que soportan el programa...

3. Estudio revelado por la Fundación para el Desarrollo Sostenible de las Pymes FUNDES y ACOPI, Asociación Colombiana de Pequeñas y medianas Industrias, en el diario La República, marzo 5 de 2003.

3.1. La ética en la empresa.

Se entiende la ética, como un instrumento de la razón encaminado a resolver los conflictos de la convivencia desde el punto de vista de los valores como la dignidad y los derechos humanos, lo cual la convierte en un asunto propio de la vida ciudadana, aplicable en todos los campos del mundo civil como lo es el de la empresa.

3.1.1. Problemas para gerenciar un programa de ética empresarial.

En primer término, surge el problema de armonizar los intereses y prácticas del mundo empresarial con los principios y valores del mundo de la ética. Y, en segundo término, el de armonizar las distintas concepciones que sobre la ética tienen las personas.

El pensamiento técnico y el pensamiento moral.

El primer problema se presenta porque la empresa constituye un mundo “técnico”, es decir, donde se utilizan los medios adecuados para lograr los fines económicos, sin importar qué medios. O sea que, aquí, el fin justifica los medios.

En cambio, el mundo de la ética tiene por objeto la reflexión sobre la mejor manera de obrar para garantizar los valores morales como la dignidad y los derechos humanos.

Por consiguiente, no cualquier medio sirve para alcanzar un fin. Es decir que en la ética, el fin no justifica los medios. Esta oposición entre el mundo “técnico” y el mundo “ético” debe superarse armonizándolos mediante el principio de que “no todo lo que es técnicamente factible es éticamente correcto”.

La ética en la empresa:

- *Problemas para gerenciar un programa de ética empresarial.*
- *Características*

Los valores en la empresa:

- *Valores y juicios.*
- *Valores empresariales.*

El pluralismo ético.

El segundo problema que se presenta en la elaboración de la ética empresarial (el de armonizar en forma comunicativa, mediante la discusión y el acuerdo, las concepciones que sobre la ética tienen las diferentes personas) se origina en que de tales concepciones opuestas se desprenden múltiples y distintos proyectos de vida feliz que cada quien tiene, pero que pueden entrar en conflicto unos con otros, a la hora de convivir en una comunidad. La ética empresarial, por tanto, debe respetar y construirse desde esta diversidad de propuestas éticas (que recibe el nombre de pluralismo ético), pero debe alcanzar, por la acción comunicativa, el mínimo de armonía entre todos para hacer la convivencia posible.

En la empresa, la convivencia armónica es una condición necesaria para la coordinación de las acciones en los procesos de producción, o de comercialización que a su vez es necesaria para alcanzar las metas empresariales que se hayan propuesto.

3.1.2. Características de la ética empresarial:

Es una ética comunicativa.

Si el problema del pluralismo ético que se planteó constituyera simplemente un conflicto de opiniones, sin repercusiones en la vida cotidiana de la empresa, su superación no sería de mucha importancia para la convivencia. Pero como el conflicto generado por el pluralismo ético es un conflicto práctico, un conflicto entre conductas que se observa en los modos de obrar cotidianamente, entrarían así en contradicción unos con otros haciendo difícil y a veces

imposible la convivencia empresarial; es indispensable superarlo mediante el diálogo reflexivo y crítico. Esto es, mediante una auténtica acción comunicativa fundada en el reconocimiento, identificación y justificación de las diversas perspectivas éticas, con el objeto de llegar a acuerdos.

Por tanto, se llegará a la construcción compartida, mediante el debate abierto y transparente de una nueva perspectiva ética posible, en la que por el acuerdo colectivo se adopten criterios éticos mínimos comunes.

La ética empresarial es una ética de mínimos.

Con la cual se hacen acuerdos sobre los valores fundamentales o básicos, sin ellos no se podría convivir.

En una misma empresa existen personas con diversos criterios éticos que podrían entrar en conflicto, y la única manera de superarlos es poniéndose de acuerdo en lo mínimo y fundamental que permita dicha convivencia. (Ética de mínimos).

Es una ética ciudadana.

Si el objetivo general de la ética es la convivencia ordenada en la prevalencia del bien común, y la ética empresarial se orienta hacia este objetivo, se concluye que la ética empresarial es una ética ciudadana. Para esto será conveniente que dentro de la sociedad se establezcan acuerdos sobre la aplicación de valores mínimos que garanticen la convivencia ciudadana.

En resumen, las empresas se convierten en buenos “ciudadanos” que toman buenas decisiones y se comportan de manera que se haga posible la adecuada convivencia.

Es una ética del respeto y la tolerancia.

Porque el “respeto” es el reconocimiento, la defensa y la promoción integral e incondicional de la dignidad humana y de todo lo que de ella se desprenda como son los derechos. Y la “tolerancia”, fundada en tal dignidad, es el reconocimiento, defensa y promoción integral e incondicional de las diferencias individuales de las personas. Una tolerancia que puede ser tanto pasiva, si soporta con serenidad las molestias de la convivencia y las debilidades humanas, como activa si está dispuesta a apoyar los valores contenidos en otros proyectos de vida feliz aunque no se compartan.

Características de la ética empresarial:

- *Es comunicativa.*
- *Es una ética de mínimos.*
- *Es ciudadana.*
- *Es de respeto y tolerancia.*

Los valores son las múltiples especificidades del bien y por lo tanto, como él, tienen significado objetivo.

3.2. Los valores en la empresa.

3.2.1. Valores y juicios de valor.

No son lo mismo los valores que los juicios de valor.

Los valores son las múltiples especificidades del bien y por lo tanto, como él, tienen significado objetivo. Algunos tipos de valores son, por ejemplo: los estéticos, económicos, religiosos y morales. La disciplina que se ocupa de estudiar los valores en general se llama axiología. La ética se ocupa de los valores morales.

Los juicios de valor o valoraciones, en cambio, son las apreciaciones de los valores, es decir, los juicios que el sujeto humano elabora acerca del valor o bien moral que debe reconocérsele a algo, o a alguien en virtud de alguna razón. La educación moral permite afinar esta capacidad subjetiva de valorar, o de juzgar correctamente acerca de los valores o bienes morales.

3.2.2. Valores empresariales.

Constituyen el sistema de valores éticos mínimos oficialmente debatidos, acordados, asumidos y compartidos por una comunidad empresarial en su carácter de institución.

Estos valores empresariales pueden ser de dos clases:

- a) **Generales:** son los valores mínimos de la ética ciudadana en general y tienen validez universal como la honestidad, la responsabilidad y el respeto a las personas.
- b) **Empresariales:** son los propios del trabajo empresarial y, por tanto, se restringen al ámbito exclusivo de la empresa como el trabajo en equipo, el sentido de pertenencia, la laboriosidad y el espíritu empresarial.

Dichos valores suelen recogerse en una declaración de compromisos éticos que una comunidad empresarial debate y expide para sí misma a nivel interno y en congruencia con su propia misión.

3.3. Los desempeños éticos empresariales.⁴

El concepto de “desempeño” se refiere a un conjunto de actividades articuladas que se orientan a la consecución de un fin y que permiten realizar una función necesaria para la empresa. Cuando los fines se logran podemos decir que hemos tenido un buen desempeño; en el caso contrario podemos hablar de un mal desempeño.

Por **desempeños éticos empresariales** entendemos todas aquellas acciones encaminadas a adoptar un sistema de valores y a organizar una forma de vida dentro de su empresa coherente con ellos. **Rumbo PYMES -Integras y Transparentes-**, puede ser entendido entonces como una herramienta metodológica para alcanzar buenos desempeños éticos empresariales.

Los siguientes cinco desempeños éticos empresariales, resultan fundamentales en la estructuración de un programa integral de ética:

- Liderazgo Ético.
- Comunicación al servicio de la Ética.
- Sistema de Reconocimientos y Sanciones.
- Reporte y Consulta..
- Respeto a las Normas Justas.



4. En el módulo **El Barómetro** “Medición del Clima Ético” (módulo básico y de obligatoria ejecución), se profundizará este tema.

Dos estrategias valiosas para trabajar los temas de crecimiento personal e institucional:

1. Replanteamiento de estructuras, de criterios administrativos y de gestión desde la perspectiva de la ética empresarial.

2. Capacitación en desarrollo moral.

3.4. Crecimiento personal e institucional.

Crecimiento personal es el proceso permanente y nunca acabado de acercarse al “deber ser”. El “deber ser” de un ser humano o de una obra suya se logra establecer mediante un proceso de comunicación transparente y clara en el que predominan los argumentos que la razón identifica como los mejores. Y al mejoramiento continuo de una empresa lo llamamos crecimiento institucional.

A continuación describimos dos estrategias que son valiosas para trabajar los temas de crecimiento personal e institucional:

Replanteamiento de estructuras, de criterios administrativos y de gestión desde la perspectiva de la ética empresarial.

El crecimiento institucional desde la perspectiva ética supone dos aspectos:

- ★ El mejoramiento del clima ético organizacional, que apunta a la mejor vivencia cotidiana de los valores éticos generales y empresariales, colectivamente adoptados y a la reducción paulatina de conductas no éticas.
- ★ Mediante el rediseño progresivo de las estructuras, criterios administrativos y de gestión, se oficializa una manera ética de orientar los procesos hacia el fomento de la autonomía moral de los participantes; se respalda

estructuralmente el mejoramiento del clima ético y se garantiza el ejercicio de la responsabilidad social de la empresa.

Capacitación en desarrollo moral.

A través de diversas estrategias educativas, un programa integral de ética debe contar con un plan de formación en ética y crecimiento humano, que tenga como meta final, por una parte, el desarrollo de la autonomía moral⁵ de todos los miembros de la empresa, y por otra, la construcción compartida de criterios individuales y colectivos, para discernir acerca de los valores involucrados en las relaciones interpersonales en la vida cotidiana de la empresa.

5. Autonomía viene de *Auto*, que significa uno mismo y de *Nomos* que significa ley o reglas. La autonomía moral se refiere entonces a la capacidad que tiene un ser humano de hacer propias mediante la comunicación reflexiva aquellas leyes que son consideradas por la razón humana como universales.

PREJUICIOS SOBRE LA ÉTICA

A continuación encontrará algunos prejuicios sobre la ética que deforman su comprensión, y que conviene discutir y superar.

“La ética es una cuestión religiosa y sin importancia para la empresa.”

Porque no es lo mismo la ética que la religión ni deben confundirse.

La ética respeta a la religión sin oponérsele, pero no se fundamenta necesariamente en ella, aunque algunos sistemas éticos sí lo hagan.

Mientras la religión es la relación del hombre con un ser supremo; la ética es un saber reflexivo y práctico acerca de la manera correcta de obrar en todos los campos de la vida cotidiana, con el fin de alcanzar la mejor existencia posible para todos, garantizando el respeto a la dignidad de las personas y a sus derechos fundamentales.

Por lo anterior, es posible encontrar personas que a pesar de que no creen en un mismo ser supremo, lo cual es una cuestión religiosa, sí están todas de acuerdo en que es necesario ser siempre honestos que es un asunto ético.

“Una empresa que hace todo legalmente, no necesita de la ética.”

Porque no todo lo legal es ético ni todo lo ético es legal.

No todo lo que es éticamente incorrecto está prohibido por las normas legales, ni todo lo que es éticamente correcto está mandado por ellas.

Falso

Falso

La ética es un saber reflexivo y práctico acerca de la manera correcta de obrar en todos los campos de la vida cotidiana con el fin de alcanzar la mejor existencia posible para todos, garantizando el respeto a la dignidad de las personas y a sus derechos fundamentales.

El acoso sexual, por ejemplo, no es ético y en algunos países está prohibido por la ley.

El amor a los padres o a los hijos es éticamente correcto, pero el Estado no lo puede imponer por medio de una ley.

La práctica de virtudes como la solidaridad, laboriosidad y la benevolencia son éticas, pero no están mandadas por la ley.

En la vida empresarial, la ética puede ir más allá de la ley, pues se pueden presentar conflictos aunque no se haya violado ninguna ley y, por lo tanto, sólo pueden ser abordados reflexivamente desde la ética. Luego ésta es indispensable en la empresa independientemente del cumplimiento de la ley.

“La ética es un asunto sólo para filósofos, teólogos, sacerdotes o expertos en ella.”

Porque sí es verdad que de la ética se ocupan también los filósofos, los teólogos, los sacerdotes y otros pensadores; no se trata de un asunto exclusivo de estos profesionales.

Mientras éstos investigan los fundamentos y principios supremos de la ética, todos los seres humanos tienen la necesidad de apelar a ella para pensar y decidir sobre lo que deben hacer en la práctica de su vida cotidiana, para vivir de la mejor manera posible en la sociedad, para resolver sus conflictos con los demás, para cumplir con sus obligaciones, para exigir el respeto por sus derechos y su dignidad y para crecer como mejores seres humanos.

Es decir, la ética es un asunto de todos y todas y no sólo de los profesionales expertos en ella.

Falso

“La ética es una prédica para que la gente sea buena. Por tanto, no tiene ninguna relación con los negocios.”

Porque si la ética versa sobre todas las facetas de la vida humana, es comprensible que también se ocupen de ella en sus predicaciones los pastores de las diversas religiones, para hacer notar que la ética se hace extensiva al cumplimiento de las obligaciones religiosas.

Pero, como ya ha quedado claro, la ética es esencialmente reflexión acerca de los actos humanos, encaminada a la construcción de una vida en sociedad más justa y mejor para todos. Y, por tanto, en este sentido, es tan apropiada en una iglesia como en una empresa o en cualquier otro escenario de la vida individual o colectiva.

Falso

“La ética es un asunto exclusivamente privado. Luego no puede ni debe tener un lugar en la empresa.”

Porque si la ética es la reflexión compartida sobre lo conveniente para ordenar la vida en comunidad de una manera justa para todos, entonces es una noción que trasciende los límites de lo íntimo e individual, para alcanzar la esfera de lo interpersonal, e instalarse en el ámbito de la empresa, como criterio y actitud colectivos que atraviesan todas las acciones de la comunidad empresarial.

Falso

En la empresa la ética es una garantía de credibilidad y confianza lo cual conlleva a que el negocio sea sostenible y permanezca largo tiempo.

5.1. El problema de corrupción en Colombia.

Los siguientes son algunos datos arrojados sobre la percepción de algunos empresarios y empresarias acerca de la relación entre corrupción y sector empresarial:

60.8%

El 60.8% de los empresarios encuestados piensan que los procesos de contratación pública son poco transparentes.

46%

El 46% afirma que casi siempre hay que hacer pagos de sobornos para asegurar la adjudicación en un proceso licitatorio.

48%

El 48% de los contratos con el Estado tendrían elementos de soborno, cuyo valor promedio sería del 19% del contrato.⁷

59%

El 59% contactan a funcionarios públicos para influir en ellos y conseguir la adjudicación de contratos.

42%

El 42% saben cuánto hay que pagar por sobornos, dejando implícito el valor del sobreprecio en el valor de los contratos.

79.6%

El 79.6% experimentan desconfianza hacia sus competidores. Piensan que en el momento de realizar transacciones, éstos se olvidan de las conductas éticas con tal de lograr el objetivo y garantizar la subsistencia de la empresa, tendencia marcada en las Pymes.⁸

78%

En el 78% de los casos no se entablan denuncias sobre corrupción por temor a recibir represalias.

70%

El 70% desconfían de los mecanismos que se tienen establecidos para estos fines.⁹

La corrupción, entendida como el abuso de una situación de poder para lograr el beneficio privado en detrimento del interés general, se ha convertido en uno de los cuatro problemas más graves que sufre Colombia⁶ y en tema recurrente de estudiosos, catedráticos, gobiernos, empresarios y ciudadanía, lo cual ha impulsado su posicionamiento dentro de la agenda pública nacional. En este contexto y consciente de la responsabilidad que le atañe al sector privado en relación con la corrupción, la **Corporación Transparencia por Colombia** tiene como una de sus prioridades generar cambios culturales voluntarios dentro del empresariado colombiano, de tal manera que contribuya a desincentivar las prácticas no éticas y a comprometer al pequeño y mediano empresario o empresaria en la lucha contra la corrupción.

6. Estudio de "Corrupción, Desempeño Institucional y Gobernabilidad", realizado por el Banco Mundial con la participación de la Vicepresidencia de la República de Colombia y la Corporación Transparencia por Colombia, 2001.

7. *Ibíd.*

8. Probidad II, "Encuesta de percepción empresarial sobre corrupción en la contratación con el Estado", Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, Confecámaras, para contribuir en forma decidida desde el sector privado en la erradicación de la corrupción en Colombia. Mayo 2002.

9. *Op cit*, Banco Mundial, 2001

Adicionalmente en los sondeos realizados por la **Corporación Transparencia por Colombia** durante el proceso de diseño de **Rumbo PYMES -Integras y Transparentes-**, se destacan prácticas comunes en las que incurren las Pymes como:

La evasión de impuestos, la alteración de balances, el ocultamiento y la distorsión de la información a los accionistas, las formas de competencia desleal, el incumplimiento en el pago de salarios, el incumplimiento de especificaciones de calidad en los productos, la publicidad engañosa, las irregularidades en procesos de compras, los conflictos de interés y el contrabando.

También resulta preocupante observar cómo el desprecio por la honestidad se hace cada vez más evidente y ha empezado a jugar un papel que socialmente es aceptado.

- ★ El colombiano en un 70% se califica como poco o nada honesto.
- ★ Un 74% como poco o nada respetuoso de la ley,¹⁰ que evidencia el relajamiento con que se asumen los valores, la falta de atención a estándares éticos, la baja sanción social sobre los corruptos y la exaltación de la cultura del “avivato”.

Así, se demuestra que la opción es buscar el camino fácil puesto que se considera que ser honesto “hace la vida imposible y arruina cualquier negocio”.¹¹

10. Eastman Robledo, Jorge Mario. “Del Principio de la Buena Fe en las actuaciones Administrativas”, Consejería Presidencial para el Desarrollo Institucional, Bogotá, 1.996.

11. Cepeda Ulloa, Fernando. “Corrupción y Gobernabilidad”. Bogotá, 2.000.

5.2. Consecuencias generales y costos de la corrupción.

Los estudios realizados permiten identificar dos tipos de consecuencias unas directas y otras indirectas, las cuales revelan el impacto económico, así como el efecto en el desempeño de las empresas.

Consecuencias directas de la corrupción:

- a) Disminuye el desempeño empresarial en términos de ventas afectando las posibilidades de crecimiento.¹²
- b) Por la desconfianza que produce, reduce la inversión doméstica y extranjera.
- c) Aumenta los costos de transacción debido al pago de sobornos que elevan el precio de los bienes y servicios.¹³
- d) Aumenta la ineficiencia administrativa.¹⁴
- e) Reduce la calidad de los productos y servicios generando desigualdad en las condiciones de competencia.¹⁵

- a) Disminuye el crecimiento económico debido a que reduce la inversión productiva.¹⁶
- b) Aumenta la desigualdad del ingreso.¹⁷
- c) Reduce la inversión social generando pobreza.¹⁸
- d) Afecta la capacidad de pago de los consumidores de productos y servicios.
- e) Deslegitima el Estado.¹⁹
- f) Dificulta la gobernabilidad.²⁰
- g) Retrasa el desarrollo al excluir nuevos negocios.

Consecuencias indirectas de la corrupción:

12. Gaviria, Alejandro. "Assessing the Effects of Corruption and Crime Firm", Fedesarrollo, Colombia, Febrero 2.002.

13. Badel, M.E. "Costos de la Corrupción en Colombia". Departamento Nacional de Planeación, Bogotá. 1.999.

14. Ibid

15. Ibid

16. Ibid

17. Gupta, Davoodi & Alonso, 1998 en "Assessing the Effects of Corruption and Crime Firm", Fedesarrollo, Colombia, Febrero 2.002.

18. Ibid.

19. Op. Cit, Cepeda Ulloa, 2000

20. Kaufmann, D. "Rethinking Governance". Worldbank Institute. 2003.



*Ice velas, el viento
está a su favor, y un
mar de negocios
espera por
empresarios,
empresarias,
trabajadores y
trabajadoras
comprometidos con
la integridad en el
país.*



A

Acción comunicativa.

Actividad basada en el diálogo reflexivo y crítico, con el objeto de llegar a acuerdos racionales básicos en la que se adopten criterios mínimos comunes por consenso racional.

Acoso sexual. Importunar, molestar o perseguir a alguien **insistentemente** con insinuaciones o actitudes de acercamiento o de solicitud no consentida de actos sensuales o eróticos.

Autonomía. Independencia interior o capacidad de una persona para autodeterminarse, decidir y actuar por sí misma en virtud de sus propios criterios, principios y valores.

Autoridad. Es el derecho que tiene la comunidad de gobernarse a sí misma, de lograr un fin común y de disponer adecuadamente los medios para alcanzarlo. Para su mayor eficacia, la comunidad puede delegarlo en una o varias personas, quienes lo ejercerán legítimamente si se han seguido los procedimientos acordados por la voluntad general para su designación y si se acogen a ella.

B

Bien. Todo aquello que contribuye a la perfección de un ser. El bien humano recibe el nombre de **bien moral** y es todo lo que contribuye a la perfección humana. Si es necesario para dicha perfección, se llama deber o **bien obligatorio**. O sea que todo deber es un bien pero no todo bien es obligatorio.

Bien común. Es el bien de todas y de cada una de las personas que conforman una comunidad. Pero como este bien mínimo es el conjunto de sus derechos, se sigue que el bien común también puede definirse como el disfrute pacífico de los derechos de todos.

Bienestar social. El "bien estar" social constituye el bien ser, el bien hacer y el bien vivir de la **persona humana en la comunidad**. El disfrute de las condiciones materiales y morales que garantizan su existencia propiamente humana, esto es, de acuerdo con su dignidad y sus derechos y con la armonía de sus facultades físicas y psicológicas.



C

Ciudadanía. Vínculo moral de pertenencia a una "ciudad" o sociedad por el cual se tiene el derecho y el deber de participar en su vida comunitaria compartiendo sus beneficios y responsabilidades.

Clima ético empresarial. Conjunto de valores y antivalores cuya vivencia caracteriza las relaciones interpersonales en la empresa, tanto hacia adentro de la empresa como hacia afuera de ella en sus vínculos con la sociedad.

Clima organizacional. Conjunto total de los diversos modos de ser que caracterizan las relaciones interpersonales en la empresa.

Código de ética. Compendio sistemático de reglas y principios escritos que, en función de valores morales, rigen el deber ser de la conducta humana en una comunidad. En él se señalan de manera explícita y clara los valores aceptados y se determinan los tipos de conducta que, por ser acordes o contrarios a ese sistema de valores, resultan debidos o indebidos.

Comité de ética. Equipo conformado por personas de los diversos niveles de la empresa que asesoran sobre la aplicación reflexiva y crítica del código de ética.

Comunidad justa. Conjunto de personas vinculadas entre sí por propósitos comunes y cuyas acciones se ordenan intencionalmente a alcanzar su bien común, esto es, a dar a cada una de ellas lo que le corresponde sus derechos.

Confianza. Seguridad que se tiene en sí mismo, en otra persona o en alguna cosa. Es la base del éxito personal, profesional y empresarial. El ciudadano confiable ofrece seguridad a los demás por sus virtudes de honestidad y emprendimiento demostradas públicamente.

Confidencialidad. Es el derecho y a la vez el deber de justicia de mantener en secreto o bajo reserva la información relativa a la intimidad de las personas o las instituciones. Ello, sin embargo, dentro de los límites de la justicia y del bien común, pues, si bien su violación injusta exige reparación de daños y perjuicios, puede haber causas atenuantes del secreto, en

especial cuando de su revelación se derivan mayores bienes.

Consenso racional. Acuerdo colectivo basado en argumentos de la razón, y no en caprichos o sentimientos, que convergen o coinciden lógicamente respecto de un determinado asunto.

Construcción colectiva. Elaboración de una obra material o intangible mediante los diversos aportes de los miembros de una comunidad.

Convivencia ciudadana. Encaminado a hacer posible la coexistencia pacífica de todas las personas en la sociedad.

Corrupción. Abuso de una posición de poder o de confianza para obtener un beneficio particular en detrimento del interés general.

Crecimiento personal. Despliegue de las potencialidades humanas hacia niveles más altos de autonomía y empoderamiento, vale decir, de la capacidad de autogestión o emprendimiento fundada en el desarrollo de la autoestima y la autoconfianza.

Criterio ético. Principio o norma de discernimiento, de juicio o de decisión respecto de la conducta humana a la luz de los valores morales. Los criterios éticos mínimos apropiadamente definidos y adoptados por consenso racional en una institución o comunidad empresarial constituyen las reglas del juego para la convivencia armónica y para la prevención y resolución de conflictos en función de valores.

D

Deber. Obligación o necesidad moral descubierta por la inteligencia y asumida por la libertad de obrar de acuerdo con la perfección humana (deber moral), o con el derecho de los demás (deber jurídico).

Declaración de misión y visión. Describe el estado futuro deseado para la empresa, que debe corresponder con el resultado último de las acciones y esfuerzos de quienes la conforman. Esta declaración es, en el presente de la empresa, el horizonte de sentido para sus planes y sus políticas. En consecuencia, es el destino final que guía las

decisiones que día a día se deben tomar.

Declaración de valores. Proceso mediante el cual el sistema de valores de una empresa, una vez debatido y acordado se difunde y asimila por todos sus miembros.

Dignidad humana. Valor intrínseco, inviolable y trascendental de la persona originado en el hecho de constituir un universo interior racional, libre, autónomo y separado de los demás, en el que ella es el único habitante de su propia intimidad. Por tanto, se autopertenece de tal modo que excluye radicalmente el dominio de otro sobre ella, se convierte en un fin en sí misma y no puede ser tomada nunca como medio, objeto o instrumento, sino siempre como fin y como sujeto. Frente a la dignidad humana sólo cabe en los demás el respeto incondicional, pues es el valor más alto de una persona, mayor incluso que su propia vida, ya que la vida es sólo el medio o condición de posibilidad para la existencia del valor de la dignidad.

E

Equidad. Es la regla y medida de la justicia, pues ésta se rige en unos casos por la igualdad, proporcionalidad y en otros por ambas. La equidad permite sobreabundar la justicia, es decir, que, más allá de haber cumplido con ella, lo cual es un deber, posibilita dar con benevolencia más de lo que la justicia exige.

Ética. Mientras la moral es el conjunto de normas, valores, principios y costumbres efectivamente vividas por un grupo humano, la ética es el saber reflexivo sobre esta moral. Es el conjunto sistemático de razones o argumentos que fundamentan la moral. O sea, la ética es la moral pensada reflexivamente y exige una labor continua de pensar sobre las acciones propias y las de los demás con el fin de establecer si las relaciones justas se mantienen o no. La ética es un asunto propio de la vida ciudadana aplicable en todos los campos del mundo civil como lo es el de la empresa. En definitiva, es un saber reflexivo y práctico acerca de la manera correcta de obrar en todos los campos de la vida cotidiana.

Ética ciudadana.

Reflexión valorativa acerca de la manera de racionalizar las relaciones interhumanas en la sociedad hacia el mayor desarrollo de todos sus miembros. Es, por tanto, una ética civil o ética cívica que se constituye en regla del obrar ciudadano.

Ética comunicativa.

Reflexión valorativa acerca de la manera correcta de obrar, alcanzada por medio de la acción comunicativa o del debate participativo, para llegar a acuerdos racionales básicos.

Ética de los negocios.

Reflexión valorativa acerca de la manera de racionalizar las relaciones en la práctica comercial para ejercer los negocios dentro de estrictos principios de honestidad y transparencia.

Ética empresarial.

Reflexión orientada a lograr la más alta calidad de vida posible para todas las personas que trabajan en una empresa particularmente en el ámbito de la resolución de conflictos y en la garantía de los derechos humanos, y a desarrollar una mayor conciencia sobre la responsabilidad social de la empresa en orden al bien común. Debe construirse

desde el respeto al pluralismo ético, para alcanzar, por la acción comunicativa, el mínimo de armonía entre todos para la mejor convivencia humana posible.



Honestidad. Es la actitud de estricto cumplimiento del deber, esto es, sin engaño o dolo. Es la observancia habitual del deber fundada en el reconocimiento de lo que éste es, sin contradicción interior, con coherencia. Por tanto, se aplica sin excepción y sin traición a todos los deberes, como los de la veracidad y la justicia, o el respeto a los bienes ajenos, al honor y la buena fama.



Justicia. Dar a cada quien lo que le corresponde. La justicia se rige por leyes de igualdad y proporcionalidad.



Ley. Precepto o dictamen racional adoptado por una comunidad para ordenar sus acciones y las de sus miembros hacia el bien común.

Liderazgo moral.

Capacidad de convocar voluntades en torno a valores dentro de una comunidad. Como intérprete social, el líder cataliza las acciones de la comunidad hacia la explicitación y el logro del ideal colectivo. Como dirigente, es mandatario de la comunidad, porque recibe de ella el mandato y la confianza para gobernarla, es decir, para aglutinar sus acciones hacia el bien común.



Mal. Es la falta, ausencia o privación de un bien debido. El mal que afecta a las cosas se llama mal físico y el que afecta a las personas se llama mal humano o mal moral. El origen del mal físico está en la limitación natural de los seres que por accidente pueden perder alguna de sus partes. Y el mal moral depende de la libertad humana que intencionalmente puede atentar contra la perfección y la dignidad de alguien.



P

Principios. En general, son los axiomas sobre los cuales se funda algún sistema, expresados en términos de proposiciones que se refieren a verdades o valores en el orden del ser, pensar o del obrar. Son verdades fundantes que, en el campo moral, rigen la conducta humana.

Prudencia. Recta razón o sensatez de juicio para discernir lo que es bueno o malo y seguirlo o huir de ello, **p o n d e r a n d o** l a s consecuencias favorables y desfavorables en función de los valores morales.



R

Reporte y consulta. Mecanismos para hacer respetar el código de ética. La comunidad dentro de una empresa, debe poder reportar acontecimientos que atentan contra el código de ética para salvaguardarlo y que cumpla así con su función. Así mismo, cualquier miembro de la comunidad debe poder consultar cuando tenga dudas acerca de la decisión que debe

tomar o consultar si la decisión que tiene prevista es o no contraria al código de ética.

Respeto. Reconocimiento, defensa y promoción integral e incondicional de la dignidad humana y de todo lo que de ella se desprenda como son los derechos y las leyes explícitas o implícitas, que regulan tales derechos en la vida cotidiana.

Responsabilidad. Es la obligación que tienen las personas de responder por sus actos y de asumir todas sus consecuencias ante sí mismos, ante la ley moral y ante los demás; por tratarse de actos propiamente humanos, los ejecutan con conocimiento y libertad, sabiendo lo que hacen.



T

Transparencia. Es la serena, tranquila o imperturbable claridad en el obrar mostrando abiertamente todos los intereses conscientes y sometiénolos al escrutinio público, en la seguridad de que podrán encontrarse errores involuntarios, pero nunca dolo o mala intención.



V

Valoraciones. Son los actos por los cuales el sujeto juzga acerca del bien que debe reconocérsele a algo o a alguien a quien le corresponde en virtud de alguna razón. La educación moral y, por tanto, la ética permite afinar esta capacidad subjetiva de valorar o de juzgar correctamente acerca de los valores o bienes morales.

Valores. Son las múltiples expresiones del bien y por lo tanto, como él, tienen significado objetivo. Algunos tipos de valores son los estéticos, económicos, religiosos y morales. La disciplina que se ocupa de estudiar los valores en general se llama axiología. La ética se ocupa de los valores morales.

Valores corporativos. Sistema de valores éticos mínimos oficialmente debatidos, acordados, asumidos y compartidos por una comunidad empresarial en su carácter de institución.



UNA HERRAMIENTA DE TRANSPARENCIA POR COLOMBIA

Agradecimientos a quienes de una manera especial han contribuido a la realización de ésta serie:

ANDRÉS ECHAVARRÍA

JUNTA DIRECTIVA CORPORACIÓN
TRANSPARENCIA POR COLOMBIA

TULIO ZULOAGA

ASOPARTES

GONZALO GÓMEZ

INALDE

DANIEL SUÁREZ

CONVIVENCIA PRODUCTIVA

ALEJANDRO ARANGO

BANCO SANTANDER

HERNÁN ESCOBEDO

FUNDACIÓN HEMISFERIO

JERRY O'BRYEN

ETHICS RESOURCE CENTER W.D.C

ASESORÍA EDITORIAL Y
GRÁFICA

BARRA CREATIVA

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

LAURA DEL PINO

ILUSTRACIÓN

FERNEY BENÍTEZ

IMPRESIÓN
