

Ética Aplicada

Los principios de gestión
ética profesional

Clase 7

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS MBA

La excelencia no se improvisa



1. INTRODUCCIÓN DE LA CLASE

La asignatura de Ética Aplicada aporta al proceso de formación integral del profesional que se gradúa en la PUCE. A partir de una ética general, en diálogo con la identidad institucional de la PUCE, se desarrolla la dimensión socioambiental de la Ética. Estos dos componentes contribuirán con criterios y herramientas necesarias para realizar la gestión ética profesional.

El código de ética profesional es un conjunto de principios y normas que guían la conducta de los profesionales dentro de un determinado campo. Su propósito fundamental es establecer estándares de comportamiento que aseguren la integridad, la responsabilidad y el respeto tanto en el ejercicio de la profesión como en las relaciones con colegas, clientes y la sociedad en general. Este código no solo promueve la confianza y el respeto hacia la profesión, sino que también protege los derechos de los involucrados, establece expectativas claras y proporciona un marco para la resolución de dilemas éticos. Al ser adoptado por organizaciones y asociaciones profesionales, el código de ética contribuye a fortalecer la reputación de la profesión y a fomentar un compromiso hacia la calidad y la excelencia en el servicio prestado.

Resultado de aprendizaje 3: Construir argumentos que permitan la resolución de dilemas éticos asociados al ejercicio de su profesión.

Clase 7: Los principios de la gestión ética profesional

7.1. La gestión ética

La gestión ética es el conjunto de principios, valores y normas que guían la toma de decisiones dentro de una organización para garantizar un comportamiento íntegro y responsable. Se basa en la transparencia, la equidad y el respeto por los derechos de todos los involucrados, desde empleados y clientes hasta proveedores y la sociedad en general. Implementar una gestión ética implica desarrollar políticas claras, promover una cultura organizacional basada en la honestidad y la responsabilidad, y establecer mecanismos para prevenir y corregir conductas inadecuadas. Además, contribuye a la sostenibilidad empresarial al fortalecer la confianza de los *stakeholders* y mejorar la reputación corporativa. En un mundo empresarial cada vez más regulado y exigente, la gestión ética no solo es un deber moral, sino también un factor estratégico para el éxito a largo plazo.

7.1.1. La gestión ética aplicada a los entornos empresariales

La gestión ética en los entornos empresariales es un enfoque que busca alinear las prácticas corporativas con principios morales y valores fundamentales, garantizando que las decisiones empresariales se tomen con integridad y responsabilidad. Esto implica la implementación de códigos de conducta, políticas de cumplimiento normativo y programas de formación en ética para los empleados. Además, una gestión ética efectiva contribuye a prevenir la corrupción, el fraude y otras prácticas desleales que pueden afectar la reputación y la sostenibilidad de la empresa.

En la práctica, la gestión ética se refleja en el trato justo a los empleados, la transparencia en las operaciones y la responsabilidad social corporativa. Las empresas que adoptan una cultura ética promueven la equidad en la toma de decisiones, evitando la discriminación y fomentando un ambiente de trabajo basado en la confianza y el respeto. Asimismo, la responsabilidad con el entorno y la comunidad se vuelve un eje fundamental, impulsando acciones de sostenibilidad y compromiso con el desarrollo social. De esta manera, una gestión ética no solo protege los intereses de la empresa, sino que también fortalece su relación con clientes, proveedores y otras partes interesadas.

En un contexto globalizado y altamente competitivo, la implementación de una gestión ética es un factor clave para el éxito empresarial a largo plazo. Las empresas que priorizan la ética en sus

estrategias no solo cumplen con regulaciones legales, sino que también generan ventajas competitivas al diferenciarse en el mercado y mejorar su reputación. Estudios han demostrado que las organizaciones con altos estándares éticos logran mayores niveles de compromiso por parte de sus empleados y clientes, lo que impacta positivamente en la rentabilidad y el crecimiento sostenible. En este sentido, la ética empresarial no debe ser vista como una obligación, sino como una oportunidad para construir una empresa más sólida y confiable en el tiempo (Carroll & Buchholtz, 2018).



Fuente: <https://ceupe.com.ar/blog/la-importancia-de-la-etica-empresarial-en-el-mundo-de-los-negocios/>

7.1.2. Los principios éticos en los negocios globales

Los principios éticos en los negocios globales son fundamentales para garantizar prácticas comerciales justas, responsables y sostenibles en un entorno cada vez más interconectado. Entre estos principios destacan la transparencia, la integridad, el respeto por los derechos humanos y el cumplimiento de las normativas internacionales. En un contexto global, las empresas deben considerar no solo las leyes locales, sino también los estándares éticos universales que rigen las relaciones comerciales, tales como los establecidos por la Organización de las Naciones Unidas o por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) como ejemplos. El respeto a la diversidad cultural y la responsabilidad social corporativa juegan un papel clave en la

gestión ética de los negocios internacionales, asegurando que las empresas operen de manera equitativa y contribuyan al desarrollo de las comunidades donde están presentes.

Además, la globalización ha intensificado la necesidad de implementar políticas éticas sólidas para evitar prácticas como la corrupción, la explotación laboral y el daño ambiental. La creciente demanda de consumidores y organismos reguladores por mayor responsabilidad social ha llevado a muchas empresas a adoptar códigos de ética y mecanismos de control para supervisar el cumplimiento de estos principios en todas sus operaciones. La ética en los negocios globales no solo es una cuestión de cumplimiento legal, sino que también se traduce en una ventaja competitiva, ya que las organizaciones que priorizan la ética fortalecen su reputación y generan confianza entre sus clientes, inversionistas y otras partes interesadas (Cortina, 1994).

Gráfico 1: Ejemplo de componente de un código de ética y de conducta



Fuente: <https://cenit-transporte.com/codigo-de-etica-y-conducta/>

7.1.3. Bienes, normas y virtudes en ética empresarial

En la ética empresarial, los bienes, las normas y las virtudes son elementos fundamentales que orientan el comportamiento de las organizaciones y sus integrantes. Los bienes se refieren a los objetivos y valores que una empresa persigue, como la generación de empleo, el desarrollo sostenible y la satisfacción de las necesidades de los clientes. Estos bienes no deben limitarse

únicamente a la maximización del lucro, sino que deben considerar el bienestar de todas las partes interesadas. Por su parte, las normas representan el conjunto de reglas y principios que regulan la conducta empresarial, incluyendo tanto regulaciones legales como códigos de ética internos. Estas normas buscan garantizar la transparencia, la equidad y el respeto por los derechos de los empleados, clientes y proveedores, asegurando que las operaciones de la empresa sean justas y responsables.

Por otro lado, las virtudes están relacionadas con las disposiciones personales y organizacionales que fomentan un comportamiento ético y ejemplar. En el ámbito empresarial, virtudes como la honestidad, la responsabilidad, la justicia y la prudencia son esenciales para la toma de decisiones y el establecimiento de una cultura ética sólida. Cuando los líderes empresariales y los colaboradores actúan con virtudes, no solo cumplen con las normas establecidas, sino que también promueven un entorno organizacional basado en la confianza y la integridad. Así, una empresa que combina bienes bien definidos, normas claras y la promoción de virtudes éticas logra no solo un desempeño financiero exitoso, sino también un impacto positivo en la sociedad y en su reputación a largo plazo.

7.1.4 Responsabilidad Social/Grupos de Interés

La definición de Responsabilidad Social implica definir diferentes posturas del papel que desempeña la empresa en la sociedad actual. Una empresa cumple socialmente con el entorno cuando logra sus objetivos económicos. De esta manera se traslada la RS al entorno de la empresa que es quien debe marcar las reglas del juego, y la única responsabilidad de la empresa será la utilización de los recursos para generar un beneficio. Lo único que debe hacer el empresario es actuar de acuerdo con la ética y las costumbres sociales. Por otro lado, existe una cuarta fuerza en las relaciones empresa-trabajadores-Estado, que es la sociedad en general, de manera que la empresa debe aceptar y reconocer la existencia de derechos y exigencias de los diferentes miembros de esta sociedad. Por ende, los gerentes de las empresas son los que tienen la responsabilidad social de cualquier cosa que sea para el bien común y se convierta en el propio interés de la empresa.

En el contexto de los negocios, los clientes, los accionistas, los empleados, los proveedores, las agencias gubernamentales, la comunidad y muchos otros que tienen un interés o un reclamo sobre algún aspecto del producto que ofrece la empresa, su operación, el mercado, la industria, o los resultados se conoce como grupos de interés. Los negocios se comprometen con estos grupos e

influyen en ellos, pero estos grupos también tienen la habilidad de comprometer e influir sobre los negocios; así, la relación entre las empresas y sus grupos de interés es un camino de dos vías: la identificación y la orientación.

El modelo de los grupos de interés coloca a la junta directiva en la posición de equilibrar los intereses y los conflictos en los diversos escenarios de la compañía. El gobierno corporativo involucra el desarrollo de sistemas formales de responsabilidad, supervisión y control. Un gobierno corporativo eficaz crea una conformidad y una cultura ética de modo que los empleados sientan que la integridad está en el núcleo de la competitividad (Ferrell et al, 2017).

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)



Fuente: <https://www.responsabilidadsocial.net/responsabilidad-social-empresarial-rse-que-es-definicion-beneficios-y-ejemplos/>

7.1.5 Transparencia y Rendición de Cuentas


La transparencia y la rendición de cuentas son pilares fundamentales en la gestión empresarial ética, ya que garantizan la confianza de los stakeholders y fomentan la integridad en la toma de decisiones. La transparencia implica que las empresas comuniquen de manera clara, veraz y accesible su información financiera, operativa y estratégica, permitiendo que empleados, clientes, inversionistas y la sociedad en general conozcan el impacto de sus actividades. Esto no solo fortalece la reputación corporativa, sino que también reduce los riesgos de corrupción, malas prácticas y conflictos de interés. En un entorno empresarial globalizado, la transparencia se ha convertido en un requisito esencial para cumplir con normativas internacionales y satisfacer la creciente demanda de responsabilidad social por parte de los consumidores y reguladores.

Por su parte, la rendición de cuentas implica que las empresas y sus líderes asuman la responsabilidad por sus acciones y decisiones, rindiendo informes periódicos sobre su desempeño y el cumplimiento de sus compromisos éticos y legales. Esto requiere la implementación de mecanismos de supervisión interna y externa, como auditorías, códigos de conducta y comités de ética, que permitan evaluar el cumplimiento de sus principios corporativos. Una empresa que practica la rendición de cuentas no solo demuestra su compromiso con la ética y la sostenibilidad, sino que también fomenta una cultura organizacional basada en la responsabilidad y el respeto por los derechos de todas las partes interesadas. En este sentido, transparencia y rendición de cuentas no solo fortalecen la confianza y credibilidad de la empresa, sino que también contribuyen a su éxito y sostenibilidad a largo plazo.

7.2. El código de ética en la empresa

Los códigos de ética o códigos de conducta son fundamentales para guiar el comportamiento de los profesionales y las organizaciones. Estos códigos establecen un conjunto de principios y normas que ayudan a definir lo que se considera aceptable y ético en el desempeño de las actividades profesionales. Al proporcionar una guía clara, los códigos de ética promueven la integridad, la transparencia y la responsabilidad, lo que a su vez fortalece la confianza del público y de los clientes en las organizaciones y sus miembros.

La elaboración de un código de ética en la empresa es un proceso esencial que implica la identificación de los valores y principios fundamentales de una empresa. Este proceso no solo



ayuda a establecer estándares claros de comportamiento, sino que también fomenta un sentido de pertenencia y compromiso entre los miembros de la empresa. Al involucrar a los empleadores y empleados en la creación del código, se asegura que las normas reflejen las realidades y desafíos específicos en la organización, lo que aumenta la relevancia y la aceptación del código.

Además, los códigos de ética sirven como una herramienta educativa y preventiva. Al proporcionar ejemplos concretos de conductas apropiadas e inapropiadas, estos códigos ayudan a los empleados y empleadores a tomar decisiones informadas y éticas en situaciones complejas. También actúan como un marco de referencia para resolver dilemas éticos empresariales y conflictos de interés, lo que contribuye a mantener altos estándares de conducta profesional y a proteger la reputación de la organización. En resumen, la necesidad y elaboración de códigos de ética son cruciales para el desarrollo sostenible y la credibilidad de la empresa.

Trabajar con ética en el ámbito empresarial es fundamental porque garantiza que las decisiones y acciones dentro de la organización se alineen con principios de integridad, justicia y responsabilidad. La ética empresarial no solo fortalece la confianza entre los empleados, clientes, proveedores e inversionistas, sino que también contribuye a la construcción de una cultura organizacional basada en el respeto y la transparencia. Actuar con ética permite a las empresas prevenir conflictos de interés, evitar prácticas corruptas y fomentar relaciones comerciales justas. Además, en un mundo empresarial cada vez más regulado y competitivo, trabajar con ética no solo es una cuestión de cumplimiento normativo, sino también una estrategia clave para el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo.

La aplicación de la ética en las empresas, a través de códigos de ética bien definidos, proporciona múltiples ventajas. Estos códigos establecen normas claras de conducta que guían el comportamiento de los empleados y directivos, ayudando a prevenir malas prácticas y garantizando un ambiente laboral armónico y productivo. Asimismo, una gestión ética mejora la reputación corporativa, lo que puede traducirse en una mayor lealtad por parte de clientes y socios estratégicos. También reduce riesgos legales y financieros, ya que, al operar con transparencia y responsabilidad, la empresa minimiza la posibilidad de enfrentar sanciones o demandas. En definitiva, un compromiso firme con la ética empresarial no solo refuerza la credibilidad de la organización, sino que también la posiciona como un referente confiable y competitivo en su sector.

7.2.1. Acuerdos y normas: Los códigos en la ética empresarial

Los acuerdos y las normas de conducta en un código de ética empresarial son esenciales para establecer un marco de comportamiento que guíe las acciones y decisiones de todos los miembros de la organización. Los acuerdos reflejan los compromisos asumidos por la empresa y sus empleados en relación con la integridad, la responsabilidad y el respeto hacia todas las partes interesadas. Estos acuerdos pueden incluir principios como el cumplimiento de regulaciones legales, la protección de la información confidencial, la equidad en el trato a clientes y proveedores, y la promoción de un entorno laboral libre de discriminación y acoso. Al definir estos compromisos de manera clara, el código de ética se convierte en una referencia fundamental para orientar la conducta empresarial en situaciones cotidianas y en la resolución de dilemas éticos.

Las normas de conducta, por otro lado, especifican las reglas y lineamientos que deben seguir los empleados para garantizar que las operaciones de la empresa se desarrollen con ética y transparencia. Estas normas suelen abordar aspectos como la prevención de conflictos de interés, el uso adecuado de los recursos corporativos, la lucha contra la corrupción y el soborno, y el respeto a los derechos humanos y al medio ambiente. Además, los códigos de ética suelen incluir mecanismos de denuncia y sanciones para quienes incumplan estas normas, asegurando su aplicación efectiva. De este modo, los acuerdos y normas de conducta dentro de un código de ética empresarial no solo fortalecen la cultura organizacional, sino que también protegen la reputación y sostenibilidad de la empresa en el largo plazo.

7.2.2. La construcción de un código de ética en una empresa

Es importante que en la construcción de un código de ética se involucre a todos los empleados y empleados en una empresa. Para dicha construcción, es importante tener en cuenta una estructura del código.

La estructura de un código de ética profesional básico cuenta con los siguientes elementos:

Estructura:

- a) Principios y valores de la empresa.
- b) Normas de conducta de los empleadores
- c) Normas de conducta de los empleados
- d) Normas de conducta con los clientes o destinatarios.
- e) Normas de conducta con los proveedores
- e) Normas de conducta con la sociedad
- d) Normas de conducta con el medio ambiente
- f) Prohibiciones y sanciones.

El Plan de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) plantea los siguientes contenidos para un código de ética:

I. Presentación

- Breve carta de la autoridad institucional presentando el Código e invitando a leer el documento.
- Explicación clara del propósito de un Código de Ética, a quién va dirigido, y el carácter participativo para su elaboración.

II. Misión, visión y valores

Los valores deben estar definidos de manera clara y lo más concretamente posible. Estos serán transversales al resto del documento, viéndose reflejados en los contenidos que se expongan a continuación.

III. Compromisos según grupos de interés

Identificado los grupos claves en cada organismo, por ejemplo:

1. Compromisos de la institución con los funcionarios (as)
2. Compromisos de los funcionarios (as) con la institución

- 3. Beneficiarios/usuarios
- 4. Proveedores
- 5. Otros organismos del Estado
- 6. Medioambiente

Para cada grupo, se debe explicar las conductas esperadas de los funcionarios (as), considerando la prevención de delitos funcionarios, faltas a la probidad y/o problemas de convivencia interna.

A modo de ejemplo:

- 1. Compromiso de la institución con los funcionarios (as)
 - a. Relaciones transparentes
 - b. No discriminación
 - 2. Proveedores
 - a. Solicitud de regalos o favores
 - b. Trato igualitario
- IV. Especificar el mecanismo para realizar consultas y denuncias
- V. Sanciones: acciones disciplinarias
- VI. Un Glosario con los conceptos más relevantes (PNUD, 2016).

Gráfico 2: Guía para establecer un código de conducta



Fuente: <https://www.undp.org/es/mexico/publicaciones/guia-para-establecer-el-codigo-de-conducta>

Las iniciativas de Responsabilidad Social que emprenden las empresas con frecuencia pretenden mejorar el triple resultado de la empresa, en cuanto a las tres medidas de desempeño: económico, social y ambiental. La meta es que la empresa tenga éxito al mismo tiempo en las tres dimensiones. Si bien las estrategias de RS y de sustentabilidad ambiental adoptan muchas formas, las que proporcionan beneficios sociales valiosos y además satisfacen las necesidades de la clientela, también contribuyen a las ventajas competitivas de la empresa.

Esto se debe a que, cuando una empresa integra la Responsabilidad Social y la sustentabilidad ambiental en su modelo de negocio, no solo mejora su imagen y reputación, sino que también fortalece su relación con clientes, inversionistas y otros stakeholders. Los consumidores actuales valoran cada vez más a las empresas que muestran un compromiso genuino con el bienestar social y ambiental, lo que puede traducirse en una mayor fidelización y preferencia por sus productos o servicios. Además, estas iniciativas pueden generar eficiencias operativas, reducir costos a largo plazo y fomentar la innovación, al incentivar el desarrollo de procesos más sostenibles y tecnologías responsables. En este sentido, la Responsabilidad Social no solo es un acto de compromiso ético,

sino también una estrategia empresarial que impulsa la competitividad y el crecimiento sostenible (Ruiz-Lozano et al. 2016).

Gráfico 3: Características de un código de ética



Fuente: <https://www.udocz.com/apuntes/659135/codigo-de-etica>

A continuación, te invitamos a ver el siguiente video sobre el código de ética:

<https://www.youtube.com/watch?v=B2oAUufJvc>

A continuación, te invitamos a revisar el siguiente video sobre los códigos de ética:

https://www.youtube.com/watch?v=7_1HAF9p0mQ

BIBLIOGRAFÍA

Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2018). *Business & society: Ethics, sustainability, and stakeholder management* (10th ed.). Cengage Learning.

Cortina, A. (1994). *Ética de la empresa: Claves para una nueva cultura empresarial*. Trotta.

Ferrell, O., Fraedrich, J. y Ferrell, L. (2017). *Ética en los negocios: casos y toma de decisiones*. Colombia: Cengage Learning Editores

PNUD (2016). *Manual para la elaboración de un código de ética*. PNUD.
https://www.serviciocivil.cl/wp-content/uploads/2017/06/manual_elaboracion_codigo_etica_por-etapa_24062016.pdf

Ruiz-Lozano, M., de los Ríos Berjillos, A., & Millán Lara, S. (2016). *¿Son los códigos éticos un instrumento de gestión de la responsabilidad social? Un estudio exploratorio en Andalucía*. *Intangible Capital*, 12(2), 462-486.

GLOSARIO

- **Código de ética:** recuerda que un código de ética profesional es un conjunto de principios, valores y normas diseñados para orientar la conducta de los profesionales en el ejercicio de su labor. Su propósito es garantizar que las decisiones y acciones se alineen con estándares éticos, fomentando la integridad, la responsabilidad y el respeto en la práctica profesional. Además, establece pautas para resolver dilemas éticos y reforzar la confianza de la sociedad en la profesión.

- **Norma de conducta:** es una regla o directriz que establece los comportamientos esperados y aceptables en un contexto específico, ya sea social, profesional o institucional. Las normas de conducta en un código de ética profesional son directrices específicas que determinan el comportamiento esperado de los profesionales en diversas situaciones. Estas normas sirven para garantizar que las acciones individuales estén alineadas con los principios éticos de la profesión, promoviendo la responsabilidad, el respeto, la transparencia y la equidad. También establecen límites claros para evitar conductas indebidas y asegurar la confianza en la profesión.



La excelencia no se improvisa

síguenos

