



EXCELENCIA SIN FRONTERAS



Este es un programa de la Universidad de La Frontera, El Mercurio y Emol, para promover la discusión pública sobre la formación de talento, desde la mirada de una universidad estatal y regional.

DESTACAN EL ROL ESTRATÉGICO DEL LÍDER PARA PERMEAR DE VALORES POSITIVOS Y VISIÓN A TODOS LOS ESTAMENTOS:

Expertos coinciden sobre el rol de la ética organizacional para recuperar la confianza

El presidente de Generación Empresarial, Gonzalo Said, y el académico de Universidad de La Frontera, Sergio Salgado, exponen sobre la importancia de las buenas prácticas empresariales para desarrollar instituciones sostenibles y de largo plazo.



“Cuando la empresa tiene buenas prácticas, sus acciones hablan por ella y no necesita justificar nada, pues su rol se legitima en el mismo acto”

Gonzalo Said, presidente de Generación Empresarial y director de empresas como Embotelladora Andina y BBVA.

“La sociedad demanda profesionales que sean socialmente responsables, y que usen sus principios valóricos como fines y no como meros medios”

Sergio Salgado, director de Postgrado e Investigación de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales de la Universidad de La Frontera.

—¿Cómo la ética empresarial puede ayudar a recuperar y fortalecer la confianza en instituciones y empresas?

Promover el comportamiento ético en el ámbito corporativo apunta a hacer empresas de manera responsable y consciente, situando a las personas en el centro de las decisiones, considerando –por supuesto- la rentabilidad y sustentabilidad a largo plazo, pero sin descuidar el rol social que la organización juega. Lo anterior se traduce en la implementación de buenas prácticas empresariales en la relación con todos los públicos de interés, incluidas las comunidades y la ciudadanía en su conjunto. Cuando la empresa tiene buenas prácticas, sus acciones hablan por ella y no necesita justificar nada, pues su rol se legitima en el mismo acto. Esto deriva, con el tiempo, en la reconstrucción de confianzas entre empresa y sociedad.



Los esfuerzos que las empresas hacen en el ámbito de la ética generan ambientes propicios para el desarrollo humano y eso repercute –invariablemente– de manera positiva en los negocios”

—¿Qué vínculo existe entre ética empresarial y riesgo reputacional? ¿Cómo la primera puede ayudar a controlar o prevenir lo segundo?

Pese a que el actuar ético no es de naturaleza transaccional ni utilitarista, existe un vínculo directo. Es decir, uno no actúa éticamente para tener mejor reputación ni disminuir los riesgos en este ámbito; sin embargo, ese buen actuar corporativo, que debiera surgir de la convicción de los directivos y permear a toda la organización desde las cúpulas en adelante, repercute directamente en la esfera reputacional. La ética y las buenas prácticas, si bien no son “monedas de cambio” y su principal impacto es en las personas y el bien común, generan un efecto muy positivo en la rentabilidad, sostenibilidad y en la imagen que proyectan hacia el exterior las organizaciones.

—¿Qué resultados en el ámbito de los negocios pueden tener las organizaciones al implementar programas que fortalezcan la ética en las compañías?

Los esfuerzos que las empresas hacen en el ámbito de la ética generan ambientes propicios

para el desarrollo humano y eso repercute –invariablemente- de manera positiva en los negocios. Las organizaciones que cuentan con programas sólidos éticos, capaces de promover buenas prácticas, prevenir o detectar oportunamente transgresiones, formar en valores y cuidar el bienestar de los colaboradores, cuentan con los cimientos necesarios para desarrollar negocios sostenibles y de largo plazo, lo cual constituye la base de negocios exitosos.

—¿Cuál es el rol que deben tener las nuevas generaciones de empresarios en esta materia?

Las nuevas generaciones de empresarios vienen con otros valores, que suelen estar mucho más conectados con las exigencias de la sociedad actual. Por ello es que muchas veces logran demostrar mayor conciencia de su rol y de la responsabilidad social que esto implica; mayor conexión y cercanía con la ciudadanía, mayor sintonía con las problemáticas que hoy aquejan a Chile y mayor disposición a aportar –desde los flancos en que la empresa puede hacerlo– con la solución de dichas problemáticas. Sería muy interesante que pudieran, además, desarrollar una comunicación más fluida con la gente, de manera de plantear a la empresa como un ente ciudadano, capaz de acoger y responder expeditamente sus inquietudes. Finalmente, por las razones anteriores, las nuevas generaciones tienen un gran potencial para conectar a empresarios de mayor edad con las actuales demandas de la ciudadanía y las mejores formas de hacer empresa hoy. La responsabilidad de mi generación, y también de las que me anteceden, es escuchar atentamente y aprender de quienes nos sucederán y, asimismo, poner a disposición nuestra experiencia y camino recorrido en diversas materias.

—¿Qué papel cree que deben jugar las universidades y centros de estudios en este contexto?

Juegan un papel fundamental y tienen todavía mucho espacio de desarrollo y crecimiento en términos de formación. Existe una deuda pendiente en lo que respecta a la formación ética, refuerzo de mejores prácticas y evolución de conceptos como que la rentabilidad de la empresa y el mayor valor para sus accionistas son los únicos nortes de una organización. El rol social de las empresas debe ser incorporado de manera consistente en las mallas curriculares, porque no sacamos nada con hablar de valores y buenos comportamientos, si el sustento teórico económico apunta en una dirección distinta. Hay mucho camino por andar y los empresarios comprometidos con la ética, las buenas prácticas y el desarrollo humano, podemos hacer un gran aporte a ese ámbito de ética aplicada en academias, institutos y universidades.

—¿Por qué es importante que las empresas tengan la ética en el centro de su quehacer?

La ética tiene que ver con los valores que la empresa establece desde que piensa en su misión y su visión, además de sus planes de mediano y largo plazo. Generalmente se establecen una serie de principios o valores, como la honestidad por ejemplo, que guían las conductas y la toma de decisiones en los liderazgos, donde, si estos valores no están presentes, las personas se quedan vacías de contenido para poder tomar decisiones en la línea de lo correcto. Por otro lado, la ética también es importante porque las personas prefieren estar en empresas donde las cosas se hacen bien y los clientes optan por comprar en las que tienen una adecuada imagen de buen ciudadano. En ese sentido, gestionando la ética evitamos costos para la institución por daño de imagen, tomando decisiones correctas para que los clientes, internos y externos, estén más propensos a acercarse o comprometerse con la organización, evitando además grandes costos para la compañía.



No basta que en las esferas más altas de la organización se diga ‘pensamos cumplirlo’, sino que es primordial que hacia abajo todo el mundo se sienta comprometido.”

—¿La ética da un marco de acción para que una organización opere de cierta manera?

Los códigos de ética son un marco regulatorio, que dentro de los términos del Derecho se conocen como “soft law”, que si bien no son obligaciones las empresas las cumplen voluntariamente porque se adecúan a su misión social. Por otro lado, no basta que en las esferas más altas de la organización se diga “pensamos cumplirlo”, sino que es primordial que hacia abajo todo el mundo se sienta comprometido, puesto que no hay otra manera de que la empresa logre lo que su misión establece como importante. Las empresas que logran integrar la ética promueven un mayor compromiso con las personas y evita costos indeseados. Está calculado que, más o menos, el 5% de los beneficios de la empresa se pierden por acciones no éticas como

pequeños o grandes robos, mentir o llegar tarde, usar internet con fines personales o por fallas éticas de distinta magnitud. Eso es un problema. Entendamos que, dependiendo de la industria, el valor intangible de una empresa es alrededor del 70%, y gran parte del valor intangible es su imagen, la cual debe protegerse.

—¿Cuál es el rol que juegan las universidades en la formación ética de profesionales?

La universidad debe hacerse cargo de una formación en valores, independiente si son laicos o no. Esta formación es parte de responsabilidad social y debe convertirse en un compromiso, porque debemos tener en cuenta que la sociedad actual demanda profesionales que sean socialmente responsables, y que usen sus principios valóricos como fines y no como meros medios para alcanzar ciertos resultados.

En Universidad de La Frontera trabajamos para que la responsabilidad social sea un sello de los estudiantes que aquí que se forman, porque sabemos que cuando las personas realmente adhieren de manera personal y sincera con las normas y los objetivos planteados por la organización, se torna natural el actuar a través de conductas éticas.

—¿Qué programas formativos pueden tener las universidades para traspasar estos valores?

La línea ética en la Universidad está en el centro del modelo de formación. Por ello, trabajamos algunas metodologías, como la de Aprendizaje más Servicio (A+S) que se está utilizando en varias de nuestras carreras y que es otra herramienta para formar profesionales integrales y socialmente responsables. Esto se suma al ambiente de diversidad y respeto propio de una universidad pública y estatal como lo es Universidad de La Frontera, que de por sí se basa en la interacción de estudiantes y profesores de características muy diversas, así como en una relación activa con el entorno, lo que facilita la reflexión valórica y promueve comportamientos socialmente responsables desde el primer día de clases.

—¿Cuál es el rol de las nuevas generaciones en los temas éticos?

Las nuevas generaciones están más atentas a participar en organizaciones que son valóricamente compatibles con ellas. Hoy fácilmente descubren cuando una empresa dice que está de acuerdo con muchas cosas, pero internamente no lo reflejan. En ese sentido, las empresas deben enfrentar esto para aprender a buscar y cautivar al nuevo talento.