

**LA IMPORTANCIA DE LA APLICACIÓN DE LOS CÓDIGOS ÉTICOS
CORPORATIVOS EN LA EMPRESA PRIVADA DURANTE LA
PRÁCTICA DE LA INGENIERÍA INDUSTRIAL**

Mario Quirós Alvarado, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2013

INDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN	3
2. REVISIÓN LITERARIA.....	4
2.1. Ética	4
2.2. Profesión.....	4
2.3. Colegios profesionales	4
2.4. Códigos de conducta corporativos	4
2.5. Ética y el ingeniero industrial en Costa Rica	5
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
3.1. Justificación	6
3.2. Pregunta de investigación.....	7
3.3. Objetivo general	7
3.4. Objetivos específicos.....	7
3.5 Viabilidad	8
3.6 Limitaciones.....	8
4. MARCO METODOLÓGICO (DISEÑO METODOLÓGICO)	9
4.1. Definición del enfoque y métodos de investigación utilizados	9
4.1.1. Muestra	10
4.1.2. Sujetos y fuentes de información.....	11
4.2. Instrumentos y técnicas utilizadas en la recopilación de los datos	12
4.2.1. Encuesta	12
5. RESULTADOS	14
6. CONCLUSIONES	24
7. RECOMENDACIONES	26
8. BIBLIOGRAFÍA	28

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, se encuentra en boga el tema de proyectar al mercado empresarial una imagen transparente y comprometida, por lo que las compañías han adoptado medidas que involucran a todo su personal a desarrollar sus labores siguiendo ciertos estándares.

Esta filosofía o ética corporativa centra sus esfuerzos en que todos los colaboradores de la empresa adopten como suyos, ciertos valores que se establecen en pro de alcanzar los objetivos de la organización de manera eficaz.

Dentro del contexto y labores en las que se desenvuelven los profesionales en Ingeniería Industrial, el tema de la ética corporativa se vuelve trascendental debido a su alto grado de responsabilidad, autoridad y exposición al público interno y externo; razón por la que conocer a fondo y aplicar los valores incluidos en el código ético corporativo, se convierte en un requisito más para alcanzar la excelencia en la práctica de la Ingeniería Industrial.

Debido a esta importancia, es necesario indagar el grado de conocimiento y compromiso que cada ingeniero industrial posee para con su compañía, con el fin de alcanzar los objetivos de la misma y el compromiso que tiene consigo mismo y con la responsabilidad de ejercer correctamente su profesión.

El presente trabajo tiene como objetivo descubrir no solo el conocimiento que el ingeniero industrial tiene sobre el código de ética de su compañía, sino también si lo lleva a la práctica, cuáles son sus motivaciones para hacerlo y si realmente conoce la importancia que envuelve su correcta aplicación.

La revelación de estos datos permitirá fortalecer o mejorar ciertos aspectos en el nivel de educación universitaria (específicamente, en la carrera de Ingeniería Industrial debido a la naturaleza de este trabajo), que lleve a los futuros ingenieros a ser más conscientes del valor de la aplicación de estos códigos de ética corporativos y a su vez, descubran la importancia que representa no solo para su desarrollo como profesionales, sino para toda la profesión de Ingeniería Industrial.

2. REVISIÓN LITERARIA

2.1. Ética

La ética se define como “la disciplina que nos enseña cuál debe ser el comportamiento correcto del ser humano”. (Marlasca López, 1999).

2.2. Profesión

Según Royo, A. (2002), la profesión puede entenderse como “la actividad personal puesta de una manera estable u honrada al servicio de los demás y en beneficio propio, impulsos de la propia vocación y con la dignidad que corresponde a la persona”.

2.3. Colegios profesionales

Para Castillo Briceño (2010), “los colegios profesionales se forman como gremios de utilidad societaria y oficial”; de aquí la importancia y necesidad de estar inscrito en un colegio profesional.

2.4. Códigos de conducta corporativos

De acuerdo con Seitel, F. (2002), el aumento en la implementación de códigos de conducta interna, estándares de conducta y declaraciones análogas sobre las políticas y valores corporativos, se debe a distintas razones:

- **Aumentar la confianza del público.** Los escándalos relativos a sobornos en campañas políticas del mundo entero en la década de los setenta, provocaron un declive en la confianza del público hacia las empresas, por lo que estas respondieron creando estrictos códigos éticos.
- **Frenar la oleada de normativas.** Conforme disminuía la confianza del público, aumentaba la negatividad sobre las empresas, por lo que se implementaron los códigos de conducta esperando que sirvieran como un mecanismo de control.
- **Mejorar las operaciones internas.** Al crecer las compañías, la dirección necesita estándares de conducta que garanticen que todos los colaboradores cumplan con los objetivos empresariales de la compañía de forma legal y ética.

- **Para responder a las transgresiones.** Frecuentemente, cuando las compañías tenían un problema ético, respondían con su propio código de ética.

Por todo lo anterior, los códigos formales de ética que abarcan temas como la confidencialidad, la malversación de fondos, sobornos y demás, han pasado a formar parte de la vida empresarial.

2.5. Ética y el ingeniero industrial en Costa Rica

El Código de Ética Profesional del Colegio Federal de Ingenieros y Arquitectos (CFIA) que fue aprobado en la Asamblea de Representantes en la sesión del 25 de Setiembre de 1995 y publicado en *La Gaceta* No. 209 del 9 de noviembre de 1995, establece que todos los colegiados deben aplicarlo en el desarrollo de su práctica profesional.

En Costa Rica, la unidad administrativa del CFIA incluye a la Comisión de Ingeniería Industrial del Colegio de Ingenieros Eléctricos, Mecánicos e Industriales, la cual representa la profesión dentro del CFIA.

Dicha comisión redactó en el 2007, un documento con el objetivo de dar a conocer en forma sistemática las competencias del ingeniero industrial en Costa Rica, desde el punto de vista académico (características y habilidades del profesional recién egresado) y del productivo (características de los profesionales con experiencia en áreas específicas a partir de su desarrollo profesional).

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1. Justificación

Si la aplicación del Código de Ética es importante para desarrollar en la sociedad y en el ámbito profesional las normas de un correcto comportamiento aunado a lo que se espera de un individuo dentro de la misma, cuánto más importantes serán los valores o códigos de ética corporativos que definen la identidad de una compañía.

El código de ética corporativa o valores, como comúnmente se le denomina, define en pocos adjetivos la filosofía de la compañía y lo que se espera del comportamiento de cada colaborador, lo cual se resume en que toda acción que el individuo realice vaya acompañada con los valores que establece la compañía y que por ende, la diferencian del resto del mercado; es casi una marca personal.

De allí la demarcada importancia de que cada colaborador conozca y aplique el código de ética corporativa de su representada, a fin de proyectar en su desenvolvimiento profesional y sin importar dónde se encuentre, los estándares que dentro de la compañía se establecen, aplican y comparten.

Es, bajo esta premisa, que se ha decidido investigar la importancia que realmente representa para las compañías que sus colaboradores conozcan y apliquen sus códigos de ética internos, consultando directamente con la fuente (las compañías), el porqué de esta importancia, su afectación en el desarrollo de la práctica profesional y su influencia en la dinámica empresarial.

Para el desarrollo particular de este proyecto y con el objetivo de delimitar esta investigación, se pretende concentrar los esfuerzos en determinar la importancia de la aplicación del código de ética corporativo en la práctica de los profesionales, de la carrera de Ingeniería Industrial, ubicados en compañías del sector privado y con más de 100 colaboradores.

3.2. Pregunta de investigación

¿Cuál es la importancia de la aplicación de los códigos éticos corporativos en las empresas privadas con más de 50 colaboradores y ubicadas en el GAM, durante la práctica de la ingeniería industrial, en el tercer cuatrimestre del 2013?

3.3. Objetivo general

Definir la importancia de la aplicación de los códigos éticos corporativos en las empresas privadas con más de 50 colaboradores y ubicadas en el GAM, durante la práctica de la Ingeniería Industrial, en el tercer cuatrimestre del 2013.

3.4. Objetivos específicos

1. Establecer el nivel de conocimiento correcto de los conceptos del Código de Ética, en los profesionales de la carrera de Ingeniería Industrial.
2. Investigar el nivel de conocimiento correcto de los códigos éticos corporativos, en los profesionales de la carrera de Ingeniería Industrial.
3. Comprobar el grado de aplicación de los fundamentos éticos corporativos en la práctica profesional de los graduados en Ingeniería Industrial.
4. Determinar la importancia de la correcta aplicación de los códigos éticos corporativos en los profesionales de la carrera de Ingeniería Industrial, dentro de la empresa privada.

3.5 Viabilidad

1. La investigación reúne características y condiciones que no representan a primera vista, una tarea imposible de llevar a término.
2. Los elementos seleccionados para desarrollar la investigación, son de fácil ubicación y contacto.
3. La investigación no contiene ninguna pregunta o preguntas privadas que atenten con la imagen o reputación de las fuentes consultadas (compañías).
4. La investigación y su estructura responden a una estrategia que pretende constatar que los esfuerzos realizados por las entidades educativas y empresas, son aprovechados por sus egresados/profesionales y que representan a su vez, un beneficio en el crecimiento de la sociedad y el ámbito empresarial costarricense.

3.6 Limitaciones

1. Dificultad en la pronta respuesta de las fuentes consultadas.
2. Poca participación de los colaboradores en la investigación.
3. Dificultades en el desarrollo de la investigación, por falta de tiempo de los empresarios.
4. Políticas internas que se oponen a la investigación.

4. MARCO METODOLÓGICO (DISEÑO METODOLÓGICO)

4.1. Definición del enfoque y métodos de investigación utilizados

Partiendo de la premisa de no existir ninguna investigación previa, semejante a la suscitada en este documento, se establece que la actual investigación tendrá las siguientes características según corresponde a cada apartado:

La recolección de los datos será con un enfoque de investigación **cuanti-cualitativa**, porque las variables medidas tienen un mayor énfasis en el área cuantitativa, pero también presentan aspectos cualitativos, aunque en menor medida.

Por otra parte, Hernández Sampieri et al. (2006) definen que el enfoque cualitativo “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p. 8)

“El enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula los datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema”. (Hernández Sampieri et al., 2006, p. 755).

Aunadamente, considerando los objetivos se define que el tipo de investigación será de carácter **exploratorio y descriptivo**; debido a que el problema a investigar no cuenta con datos referenciales o documentos a tomar en cuenta para el desarrollo de la presente investigación.

Además, la presente investigación será **no experimental**, porque se centra en el análisis y la observación de los acontecimientos relacionados propiamente con la relación entre la aplicación del código de ética corporativa y su importancia para la empresa privada, sin intervención o manipulación alguna.

Finalmente, el método cualitativo de la presente investigación responde al conocido como **etnografía**, debido a que se observará, describirá y evaluará la importancia de que los profesionales en Ingeniería Industrial apliquen eficientemente las normas incluidas en el código de ética corporativo.

4.1.1. Muestra

Este documento incluirá una investigación dirigida al público interno de empresas del sector privado costarricense que alberguen un número superior a 50 colaboradores, y que se encuentren ubicadas dentro del GAM; con el objetivo de identificar la importancia de la aplicación de la ética corporativa en la práctica de la Ingeniería Industrial.

Para desarrollarla se aplicará una encuesta a una muestra de 50 profesionales, la cual corresponde a graduados en Ingeniería Industrial que se encuentren laborando para compañías privadas ubicadas en el GAM.

Para la aplicación de dicha encuesta se utilizó la herramienta de *Google Drive*, con la dirección electrónica: <https://drive.google.com>.

El cuestionario se envió a los ingenieros por medio de correo electrónico que incluía el *link* para ingresar al *Google Drive*.

Para presentar los datos obtenidos de la encuesta aplicada a los ingenieros industriales que conformaban la muestra, se utilizarán cuadros y gráficos.

4.1.2. Sujetos y fuentes de información

Fuentes primarias

Hernández Sampieri et ál. (2006) "...en la investigación primaria se recopila información nueva y original a través del diseño de una investigación específica, dirigida a responder a necesidades concretas. Algunos ejemplos son las entrevistas en profundidad, los grupos de discusión, las encuestas y los sondeos". (p. 164-165).

La herramienta utilizada (encuesta), será aplicada a los gerentes de Recursos Humanos de las entidades privadas seleccionadas, por lo que será la fuente primaria de la presente investigación, con el objetivo de encontrar el trasfondo del problema.

Se enfatiza el hecho de que será información completamente nueva y original, obtenida de una investigación planificada específicamente, para solventar las necesidades del problema anteriormente mencionado.

Fuentes secundarias

L. Wilcox, et ál. (2006) apuntan que una "...investigación secundaria, porque se extrae de la información existente en libros, artículos de revistas, bases de datos electrónicas, etc.". (p. 164).

La siguiente investigación encontrará sus bases o fundamentos en la consulta de literatura digital e impresa, con el fin de sustentar todo lo que se contemple en ella.

4.2. Instrumentos y técnicas utilizadas en la recopilación de los datos

Descripción de las herramientas:

Recopilar datos pertinentes sobre los atributos, conceptos, cualidades o variables de los participantes, casos, sucesos, comunidades u objetos involucrados en la investigación. Recolectar datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico... Con la finalidad de recolectar datos disponemos de una gran variedad de instrumentos o técnicas, tanto cuantitativas como cualitativas, es por ellos que en un mismo estudio podemos utilizar ambos tipos. (Hernández Sampieri et ál., 2006, p. 274).

Hernández Sampieri explica que la recopilación de datos implica confeccionar un plan detallado, y que parte fundamental de ese plan de investigación son las herramientas que se consideren aplicar, por lo que deben ser seleccionadas y elaboradas especialmente para recaudar la información que se requiere.

Por lo anterior se procede a detallar la herramienta a aplicar para el desarrollo de esta investigación:

4.2.1. Encuesta

El objetivo de realizar una encuesta al sector privado, se enfoca en revelar la importancia para las altas esferas gerenciales de que el personal contratado en el presente problema, profesionales de la carrera de Ingeniería Industrial, conozcan y apliquen el código de ética estipulado por la propia compañía.

Considerando que las perspectivas entre las distintas empresas pueden ser variadas y lo que se desea es obtener una información específica, se realizarán preguntas cerradas, mismas que ya cuentan con respuestas delimitadas; por su parte, las preguntas abiertas aportarán la información inexistente e insuficiente que plantea la actual investigación.

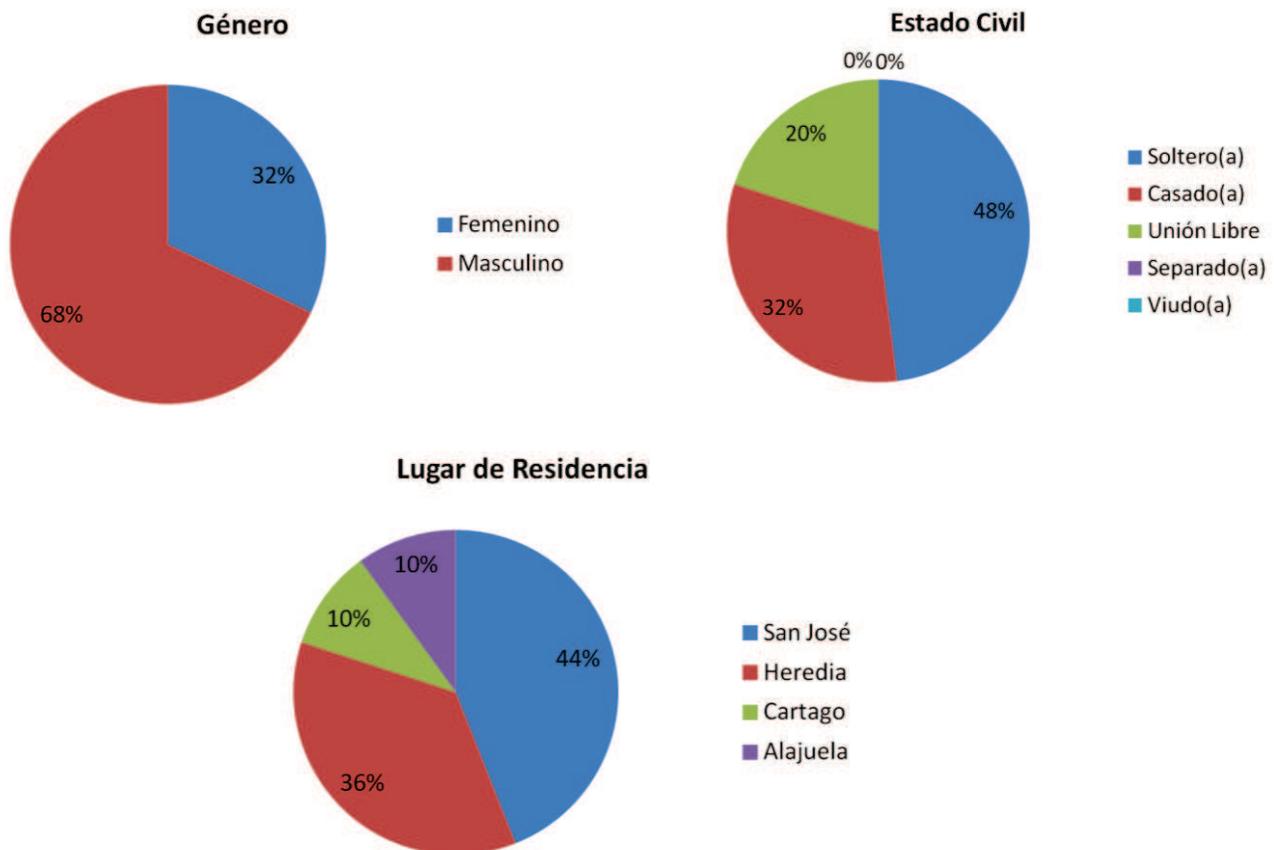
La encuesta a realizar será aplicada a Ingenieros Industriales que laboren en compañías privadas ubicadas en el GAM, y en donde siete preguntas serán cerradas, cuatro serán abiertas y cuatro serán semi-abiertas.

La escala responderá a los objetivos específicos estipulados en la formulación del problema de investigación del presente trabajo, y aportará profundidad e información que incluso los propios encuestados dejen de lado, o no presten importancia por un asunto de desconocimiento o de costumbrismo.

5. RESULTADOS

En el siguiente apartado, se muestran los resultados obtenidos al aplicar la encuesta a los y las profesionales graduadas en Ingeniería Industrial que laboran en una empresa privada ubicada dentro del GAM, y que permitió conocer la importancia de la aplicación de los códigos éticos corporativos dentro de su compañía durante la práctica de la Ingeniería Industrial.

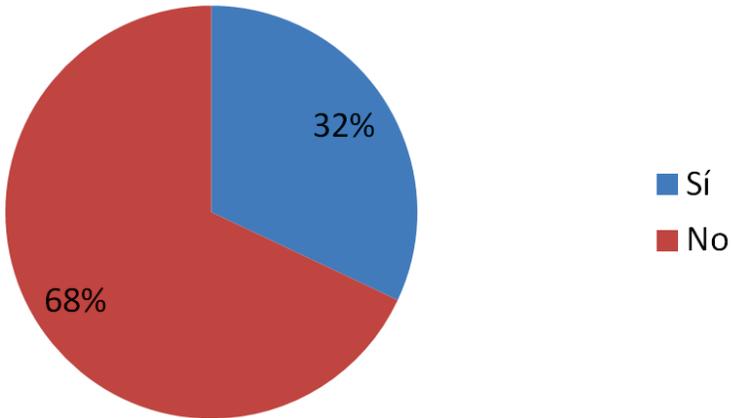
En los siguientes tres gráficos, podemos apreciar que de los 50 encuestados, profesionales de la carrera de Ingeniería Industrial y colaboradores de empresas privadas ubicadas dentro del GAM; un 68 % son hombres y un 32 % mujeres; un 48 % se encuentran solteros, un 32 % casados y un 20 % en unión libre; y que la mayor parte se concentra en San José, representando un 44 %, seguido por Heredia con un 36 %, y Cartago y Alajuela con un 10 % cada uno.



Figuras 1. Perfil de profesionales encuestados. Género, estado Civil y lugar de residencia.

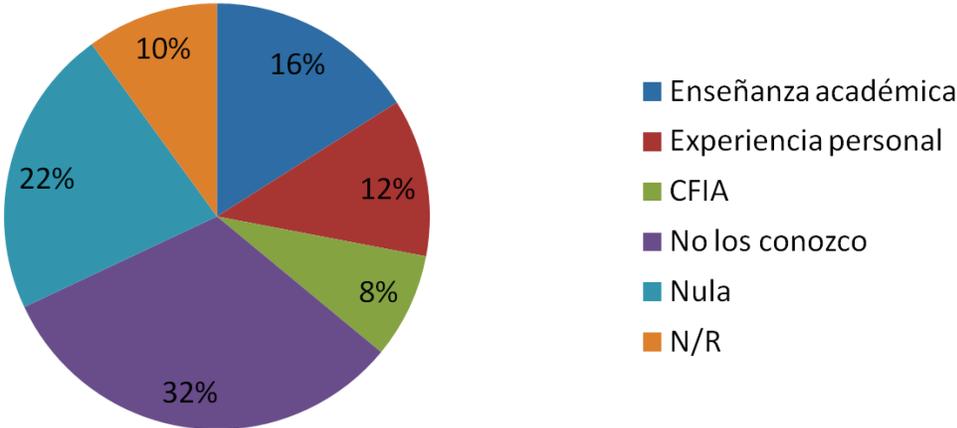
En la figura número 4, se observa que de los 50 profesionales encuestados, un 68 % desconoce los conceptos del Código de Ética estipulado para los profesionales en Ingeniería Industrial; contra un 32 % que afirma conocerlo. Mientras que en la figura 5, se revela el lugar donde los profesionales indican conocieron o no, los conceptos del Código de Ética, marcando que un 32 % dijo no conocerlo; un 22 % de las respuestas fueron nulas; un 16 % sí los conoció durante su preparación académica; un 12 % durante su práctica profesional; un 8 % lo hizo al incorporarse al CFIA; y un 10 % no contestó a la pregunta.

Conocimiento de los conceptos del Código de Ética



Figuras 2. Conocimiento del Código de Ética en los encuestados.

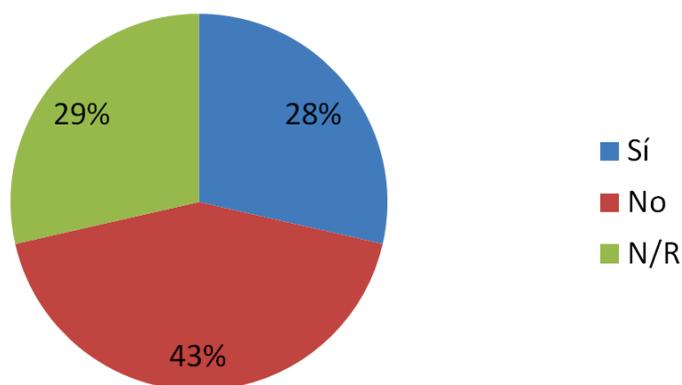
Lugar donde aprendió sobre los conceptos del Código de Ética



Figuras 3. Lugar donde los encuestados conocieron sobre los conceptos del Código de Ética.

Y en respuesta a lo anterior, se aprecia en la figura 6 que en el tema de aplicación diaria de estos conceptos en el desarrollo de su práctica profesional, un 43% dijo no aplicar dichos conceptos; un 29 % no respondió a la pregunta; y un 29 % de los encuestados dijo sí aplicarlos.

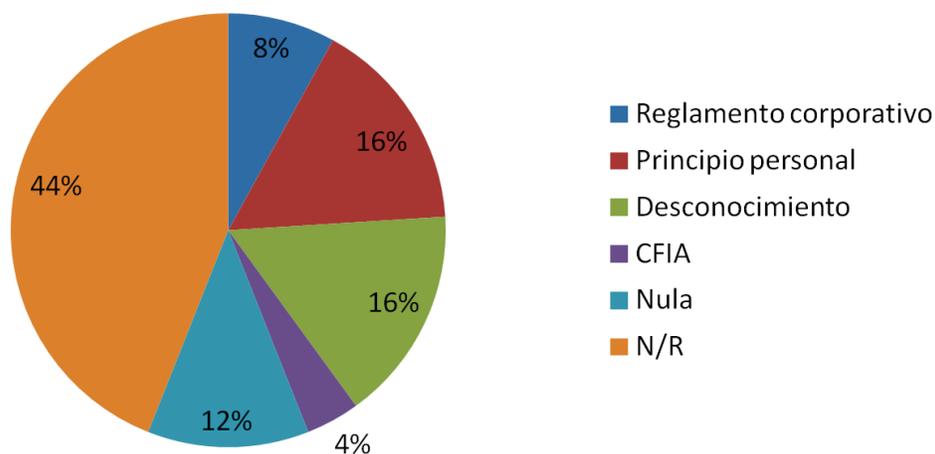
Utilización diaria de los conceptos del Código de Ética



Figuras 4. Grado de utilización diaria de los conceptos del Código de Ética en los encuestados.

Al consultar los motivadores para aplicar los conceptos del Código de Ética, se aprecia en la figura 7 que un 44 % de los encuestados prefirió no contestar a la pregunta; un 16 % dijo que los aplicaba por principio personal; otro 16 % dijo no aplicarlos por desconocimiento; un 12 % anuló la pregunta; un 8 % dijo aplicarlos por reglamento corporativo; y un 4 % manifestó que es por estipulación del CFIA.

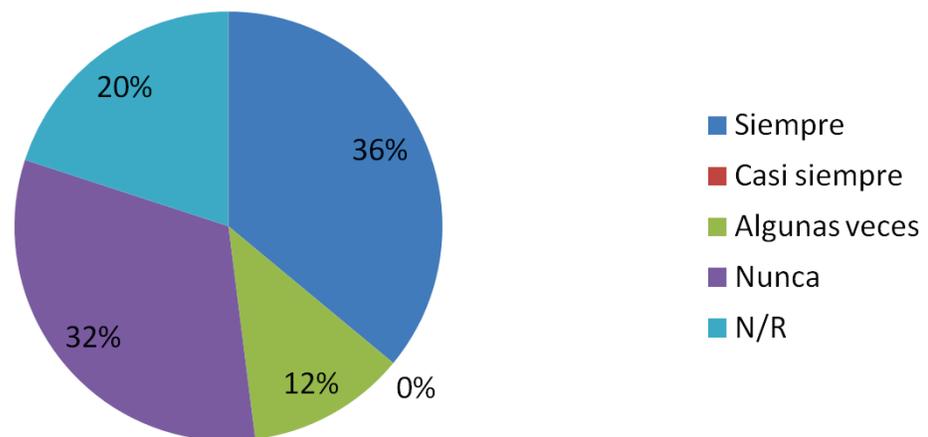
Motivador para usar los conceptos del Código de Ética



Figuras 5. Motivaciones por las cuales los encuestados aplican los conceptos del Código de Ética.

Al consultar sobre la frecuencia con que los profesionales en Ingeniería Industrial utilizan los conceptos del Código de Ética, la figura 8 indica que un 36 % indicó que siempre los utiliza; un 32 % dijo que nunca los utiliza; un 20 % no respondió a la pregunta; y un 12 % indicó que algunas veces los aplica.

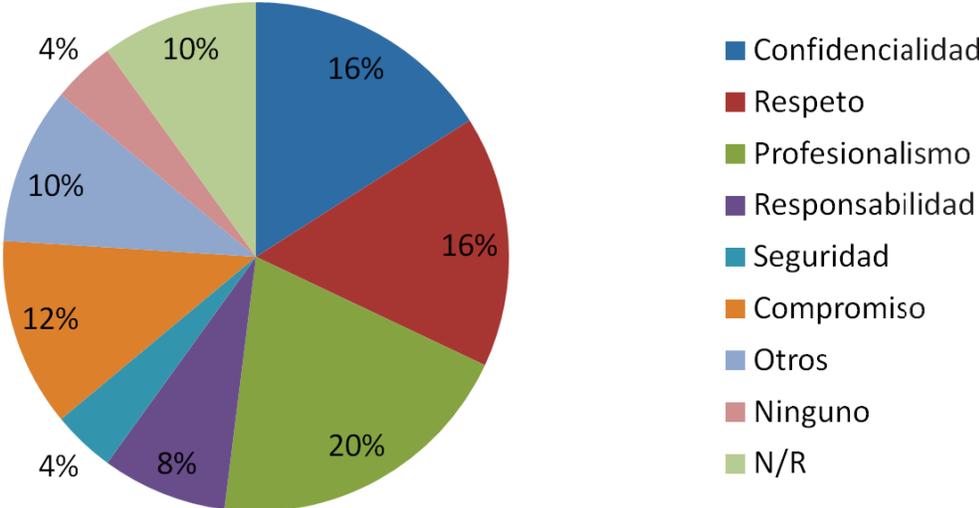
Frecuencia con que utiliza los conceptos del Código de Ética



Figuras 6. Frecuencia con que los encuestados utilizan los conceptos del Código de Ética.

Además, se les solicitó a los encuestados que mencionaran algunos conceptos del Código de Ética, a lo que un 20 % mencionó el profesionalismo; un 16 % el respeto; otro 16 % la confidencialidad; un 12 % el compromiso; un 10 % otros; otro 10 % no respondió; un 8 % dijo que la responsabilidad; y dos 4 % de los profesionales indicaron, según vemos en la figura 9 que el primer 4 % dijo que la seguridad y el segundo 4 % dijo no poder mencionar ninguno.

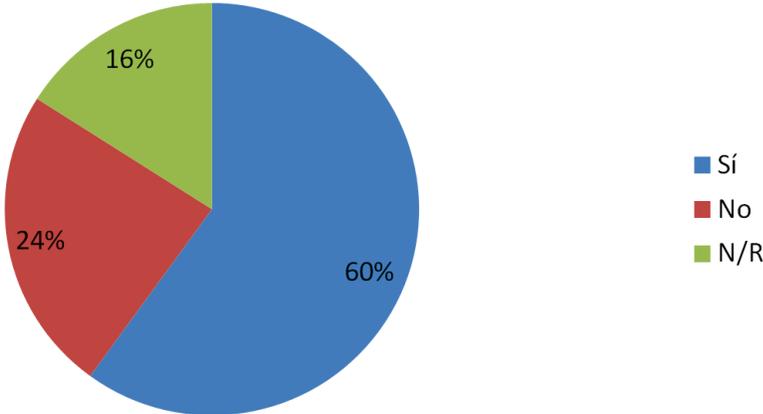
Mencione algunos conceptos del Código de Ética que conozca



Figuras 7. Conceptos del Código de Ética que los encuestados dijeron conocer.

En cuanto al conocimiento del código de ética corporativo, los encuestados respondieron más favorablemente: un 60 % de los profesionales dijo sí conocer los lineamientos estipulados en sus respectivas compañías; un 24 % dijo no conocerlos; y un 16 % no contestó la pregunta. Ver figura 10.

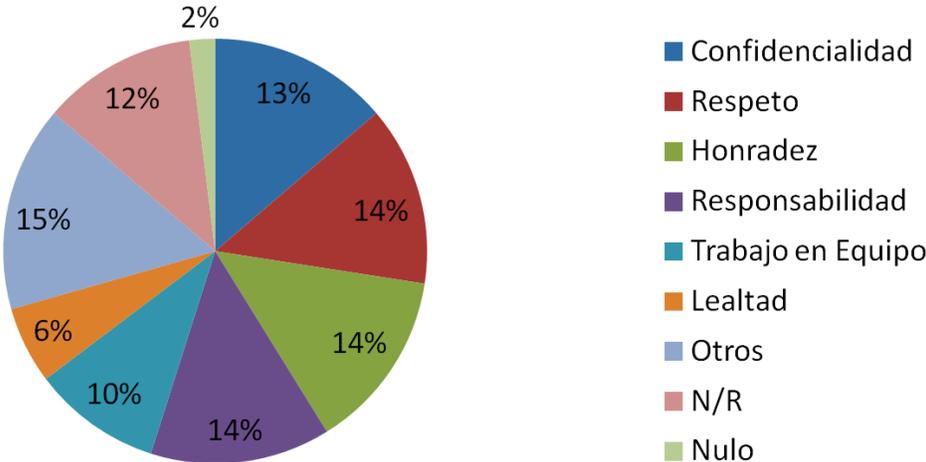
Conocimiento del Código de Ética de la compañía



Figuras 8. Conocimiento de los encuestados del código de ética de la compañía para la que laboran.

Corroborando la respuesta anterior, se les solicitó a los profesionales que mencionaran algunos conceptos incluidos dentro del código de ética corporativo, a lo que, según la figura 11, un 15 % respondió variadamente; un 14 % dijo que el respeto; otro 14 % la honradez; y un último 14 % la responsabilidad; un 13 % la confidencialidad; un 12 % no respondió; un 10 % el trabajo en equipo; un 6 % la lealtad; y un 2 % anuló su respuesta.

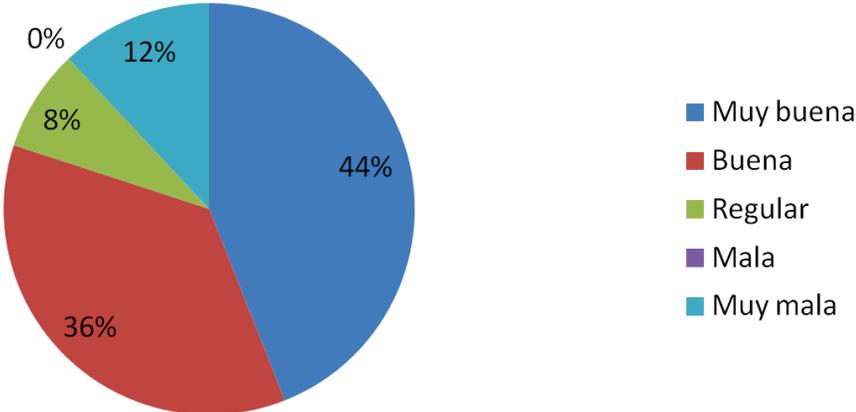
Mencione algunos valores del Código de Ética de su compañía



Figuras 9. Valores incluidos dentro de los códigos de ética corporativos que los encuestados mencionaron.

Evaluando la aplicación de los conceptos del código de ética corporativo, un 44 % de los encuestado respondieron que es muy buena; mientras que un 33 % dijo que solo era buena; un 12 % dijo que muy mala; y un 8 % dijo que regular. Ver figura 12.

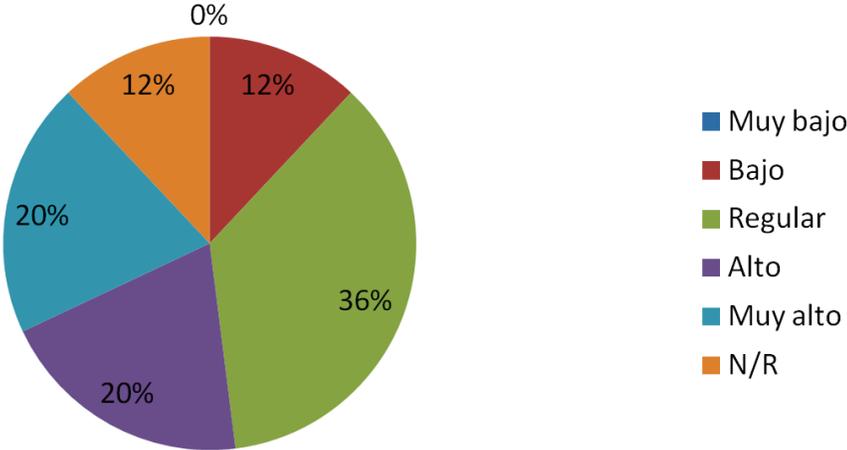
Evaluación de la aplicación del Código de Ética Corporativo



Figuras 10. Evaluación de los encuestados a la aplicación del código de ética corporativo correspondiente a sus representadas.

De igual forma, de acuerdo con la figura 13, al consultar el grado de aplicación de dichos conceptos, un 36 % de los encuestados mencionó que en realidad era muy regular; mientras que un 20 % dijo que era alto y otro 20 % muy alto; solo un 12 % dijo que era bajo y otro 12 % prefirió no responder la pregunta.

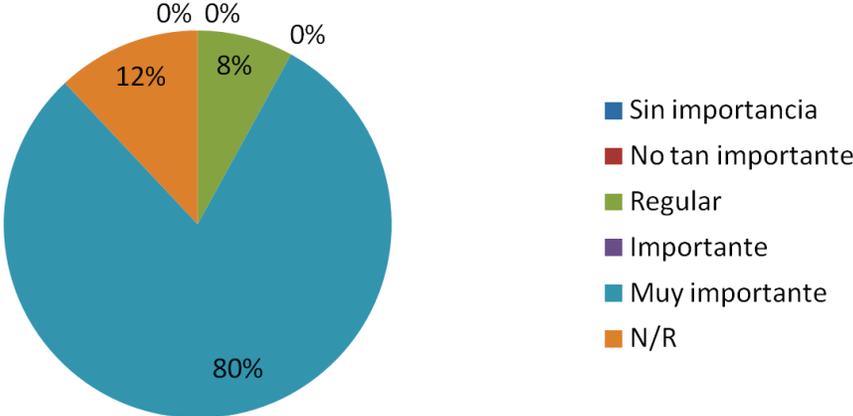
Grado de aplicación de los conceptos del Código Ética Corporativo



Figuras 11. Grado de aplicación de los conceptos del código de ética corporativo según los encuestados.

En la figura 14 se denota la importancia que tiene, según la opinión de los encuestados, el aplicar de manera correcta, los conceptos incluidos dentro del código de ética corporativo; del total de la muestra, un 80 % dijo que su aplicación era muy importante; un 12 % no respondió y un 8 % dijo que era regularmente importante.

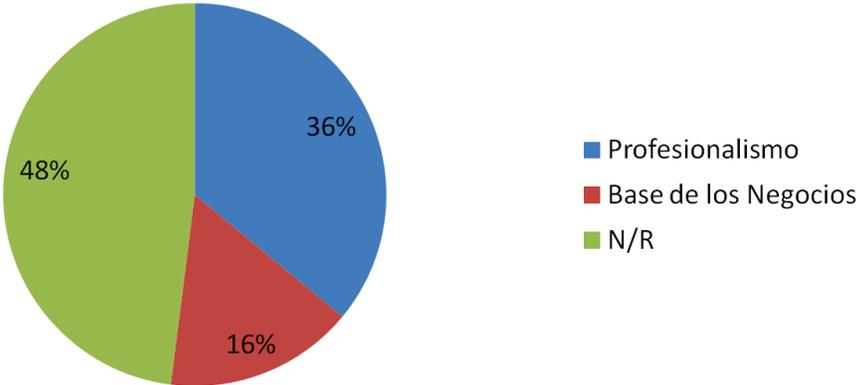
Importancia de la correcta aplicación de los conceptos del Código Ética Corporativo



Figuras 12. Importancia de la correcta aplicación de los conceptos del código de ética corporativo según los encuestados.

Aunadamente, se les consultó sobre las razones por las cuales creían era importante aplicar el código de ética corporativo en sus respectivas empresas, a lo que un 48 % de los profesionales prefirió no contestar; mientras que un 36 % dijo que la razón era por mantener el profesionalismo; y un 16 % mencionó que era por ser la base para desarrollar buenos negocios. Ver figura 15.

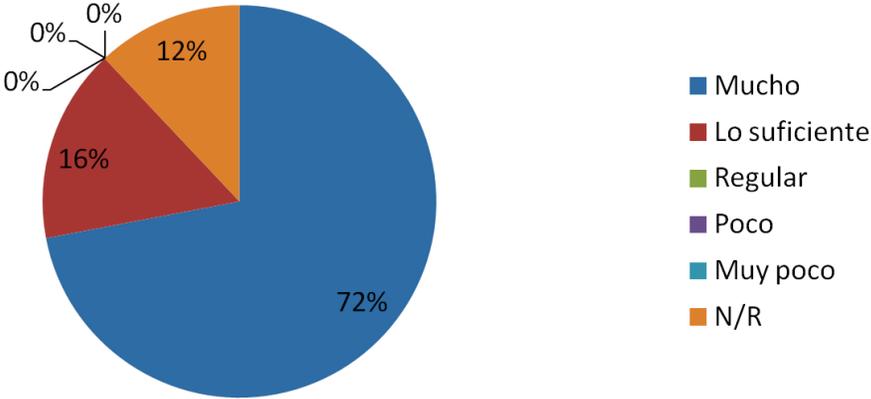
Razones de la importancia de aplicar el Código Ética Corporativo



Figuras 13. Razones por las que, según los encuestados, aplican los conceptos del código de ética corporativo.

También se quiso analizar si la compañía motivaba la aplicación de estos conceptos en sus profesionales, a lo que un 72 % mencionó que mucho; es decir, la empresa se esfuerza mucho por motivarlos para llevar a la práctica el código de ética corporativo; un 16 % dijo que lo suficiente; y solo un 12 % no contestó la pregunta. Figura 16.

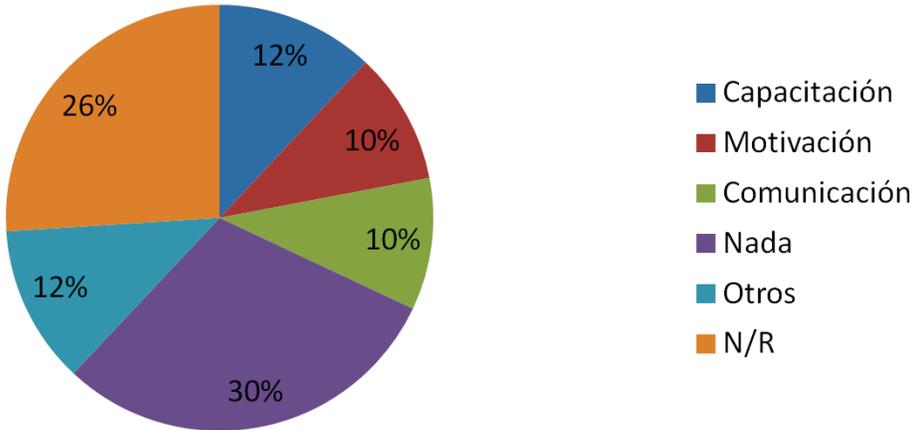
Motivación de la compañía para aplicar los conceptos del Código Ética Corporativo



Figuras 14. Motivaciones por parte de la compañía para que los colaboradores apliquen el código de ética corporativo según los encuestados.

Por último, como se aprecia en la figura 17, según los encuestados existen aspectos que se pueden mejorar para con ello incentivar en ellos la aplicación de los conceptos del código de ética corporativa; en este particular un 30 % de los encuestados dijo no creer necesario agregar o cambiar nada; un 26 % no respondió; un 12 % dijo que realizar capacitaciones y otro 12 % dijo otros; así como un 10 % de la población dijo que motivando con actividades, y otro 10 % con una buena comunicación.

Aspectos necesarios para motivar la aplicación de los conceptos del Código de Ética Corporativa



Figuras 15. Aspectos a mejorar dentro de las compañías para motivar la aplicación del código de ética corporativo según los encuestados.

6. CONCLUSIONES

En relación con lo obtenido en la encuesta aplicada a los profesionales en Ingeniería Industrial y la importancia de la aplicación del código de ética corporativo, se concluye lo siguiente:

1. Se denota el alto grado de desconocimiento del Código de Ética estipulado para los ingenieros en este país, sobre todo cuando se sopesa el hecho de que parte de los requisitos de ser incorporado o colegiado al CFIA, es conocer y aplicar dichos conceptos; sin embargo, más de la mitad de los encuestados admitió que no conocen los conceptos del código, y los que sí lo conocen lo hicieron en sus centros de estudio y la minoría al incorporarse al Colegio Federado de Ingenieros y Arquitectos.
2. El dato presentado en el punto 1, se manifiesta en la práctica de la Ingeniería Industrial al consultar sobre su frecuente aplicación en la toma de acciones o decisiones, y revela que más de la mitad de la muestra encuestada dice no aplicar dichos conceptos, un número que podría ser mayor si se contempla que las respuestas que no fueron contestadas tienen su base en el desconocimiento del código y por ende, en su no aplicación.
3. La repercusión de no conocer el Código de Ética, provoca en los profesionales un enfoque más comercial y cotidiano, lo cual se denota en los conceptos que consideran son los más importante de dicho código; profesionalismo, respeto y confidencialidad.
4. Los datos cambian al tratarse de los códigos de ética corporativos, ya que los profesionales en su mayoría dijeron sí conocerlos, y también aplicarlos frecuentemente durante sus labores cotidianas como profesionales en Ingeniería Industrial; dato que se logró corroborar al solicitar que mencionaran algunos de los conceptos incluidos en el mismo, y donde destacaron: la responsabilidad, la honradez, el respeto y la confidencialidad.

5. Tomando como referencia el dato anterior, se revela que la evaluación del grado de aplicación del código de ética corporativo, según los profesionales, es muy buena en la mayoría de los casos, aun cuando la mayoría prefirió no contestar a la pregunta del porqué consideraban importante aplicarlo en la práctica profesional.

6. Por último, en su mayoría, los profesionales consideran que sus respectivas empresas motivan correcta y continuamente el uso de los conceptos de la ética corporativa, tanto que aunque muchos recomendaron realizar más capacitaciones al respecto, muchos otros indicaron que no cambiarían nada.

7. RECOMENDACIONES

1. Analizar y fortalecer las clases de Ética en los centros académicos, esto con el objetivo de no solo crear una cultura de ética en los futuros estudiantes, sino también motivar la búsqueda de la excelencia al indagar, conocer y aplicar los lineamientos estipulados en el Código de Ética a todos los profesionales en Ingeniería.
2. Establecer relaciones más estrechas entre los centros de estudio universitario y el CFIA, para entrelazar los conceptos que se denotan en el código del colegio con los enseñados en clases; para que así desde los inicios, el profesional pueda adoptar dichos conceptos y llevarlos a la práctica, reduciendo la brecha entre lo que el colegio solicita y lo que de acuerdo con la experiencia de cada estudiante/profesional, considera debe de aplicar en su vida profesional.
3. Motivar en los centros universitarios no solo el conocimiento de los conceptos del Código de Ética, sino llevar al estudiante a practicarlo desarrollando actividades donde deban aplicarlos y así hacer cultura en ellos. Esto también repercutirá en que cada profesional razone de manera más acertada en todos los momentos cuando se requiera tomar decisiones complicadas, y que puedan poner en riesgo no solo su reputación, sino también la reputación del lugar donde laboran.
4. Fortalecer en los futuros profesionales en Ingeniería Industrial, el porqué de la importancia de la aplicación del código de ética corporativo en sus funciones; debido a que aunque el grado de conocimiento de los mismos es alto, así como su aplicación, en la mayoría de los encuestados se denota el desconocimiento del porqué aplicarlos, convirtiendo el código de ética corporativo en un requisito laboral, en lugar de una filosofía profesional.

5. Establecer canales de comunicación entre los profesionales que les permitan implementar mecanismos que motiven continuamente (no solo capacitaciones anuales como actualmente se hace), la aplicación de los códigos de ética profesional, mostrando no solo el beneficio que representa para la compañía y sus negocios, sino también el valor que representa para cada profesional y las recompensas positivas que podría percibir al aplicarlo.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Castillo Briceño, C. (2010). "Fundamentos de los códigos de ética de los colegios profesionales". *Revista Educativa*, pp. 119-141.
- Seitel, F. (2004). *Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas* (8º ed.: Ética). Cap. 4. Códigos de conducta corporativos. p. 97. Madrid: Person Prentice Hall.
- Royo, A. (2002). *Teología moral para seglares*. Madrid: Biblioteca Autores Cristianos.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C.; Baptista Lucio P. (2006a) *Metodología de la Investigación*; (4º ed.: Recolección y análisis de los datos cualitativos). Cap. 14. Observación; pp. 5-6. México: McGraw-Hill Interamericana
- Hernández Sampieri, R.; et ál. (2006b) *Metodología de la Investigación*; (4º ed.: Recolección y análisis de los datos cualitativos). Cap. 14. Observación; p. 8. México: McGraw-Hill Interamericana
- Hernández Sampieri, R.; et ál. (2006c) *Metodología de la Investigación*; (4º ed.: Recolección y análisis de los datos cualitativos). Cap. 14. Observación; p. 755. México: McGraw-Hill Interamericana
- Hernández Sampieri, R.; et ál. (2006d) *Metodología de la Investigación*; (4º ed.: Concepción o elección del diseño de investigación). Cap. 7. Diseños no experimentales; p. 205. México: McGraw-Hill Interamericana.
- L. Wilcox, D.; T. Cameron, G.; Xifra, J. (2006) *Relaciones Públicas*; (8º ed.: Estrategias y tácticas). Cap. 5. Investigación; p. 164. España: Pearson Addison Wesley
- Hernández Sampieri, R.; et ál. (2006e) *Metodología de la Investigación*; (4º ed.: Recolección de los datos cuantitativos). Cap. 9. ¿Qué implica la etapa de recolección de datos?; p. 274. México: McGraw-Hill Interamericana
- Hernández Sampieri, R.; Fernández et ál. (2006f) *Metodología de la Investigación*; (4º ed.: Recolección de los datos cuantitativos). Cap. 9. Cuestionarios; pp. 310-314. México: McGraw-Hill Interamericana.