

¿Cuáles son los valores o principios éticos que deben tener los profesionales en Comercio Internacional?

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología ULACIT

Oscar Hernando Rozo Benítez¹

San José, diciembre de 2012

Resumen

Actualmente se están presentando dos fenómenos interesantes en el mundo de los negocios. Por un lado, la pérdida de valores éticos, y por el otro, la conciencia de la importancia de la ética por parte de los empresarios. Está comprobado que la ética corporativa no solo aumenta la competitividad, sino también el crecimiento de la empresa. El presente documento analiza los valores éticos y los principios fundamentales y evalúa estos aspectos en profesionales de Comercio Internacional. Los resultados nos llevarán un poco a la reflexión.

Palabras claves: comercio internacional, ética, negocios internacionales, principios éticos, valores éticos

Abstract

There are two interesting things happening in the world of business, currently. On one hand, the loss of ethical values, and on the other, businessmen are more conscious now about the importance of ethics. It is proved that corporate ethics not only increases competition, but also the growth of the company. This investigation analyzes the ethical values and principles, and evaluates these aspects in professionals of International Trade. The results will make us reflect a little bit.

Key Words: ethical principles, ethical values, ethics, international business, international trade

¹ Ingeniero Electrónico aspirante a la Maestría en Administración de Negocios MBA con énfasis en Comercio Internacional. Correo electrónico: oscarhrozo@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

Actualmente estamos observando una pérdida de valores éticos en la sociedad en donde priman los intereses económicos sobre los valores éticos y morales. Podemos ver, por ejemplo, artículos en el periódico La Nación que nos hablan de la *Trivialización de la ética* (Viquez, 2012), las *Virtudes olvidadas del libre comercio* (Trentmann, 2008), *La hora del comercio ético* (Carazo, 2001), *Falta ética en las soluciones a la crisis* (Guardia, 2010), por solo mencionar algunas. El mundo de los negocios es consciente de eso y por ello, algunas organizaciones se encargan de promover la ética en los negocios, como ejemplo tenemos: *Manpower impulsa comportamiento ético para lograr competitividad en empresas* (Revista Summa, 2011), *Empresarios, a mejorar políticas de ética para mayor beneficio* (Diario La República, 2012), *Empresarios elaborarán código regional de ética y transparencia* (ACAN-EFE, 2003), *FUNDE y FUNDEMAS impulsan la adopción de la ética y transparencia empresarial en El Salvador* (Revista Summa, 2012), etc. La lista es mucho más extensa, pero estos ejemplos nos sirven como datos reveladores. Y prueba de la efectividad que representa la ética en los negocios nos la revelan algunos casos como, *Ética corporativa, valor agregado en el crecimiento empresarial* (Diario La República, 2012), o reconocimientos públicos como: *Hitachi Data Systems es reconocida como una de las empresas más éticas del mundo por el Ethisphere Institute* (Revista Summa, 2012), *Empresas ticas ganan reconocimiento por mejores prácticas de RSE* (Revista Summa, 2012) y finalmente el reconocimiento a Costa Rica en el informe *2011's 10 Most Ethical Destination Countries* en el sitio Planet Green de Discovery® (Root, 2011).

Conscientes de esta situación, el Colegio de Profesionales en Ciencias Económicas de Costa Rica, aunque cuenta con su propio Reglamento de Ética (Colegio de profesionales de ciencias económicas de Costa Rica, 2006), brindó una conferencia denominada “*Ética y valores en una economía globalizada*”, el día 8 de junio de 2011 (Garde, Colegio de Profesionales de Ciencias Económicas de Costa Rica, 2011) en su VIII Congreso de Profesionales en Ciencias Económicas y fue presentada por el español Juan Antonio Garde (Garde, Información biográfica, 2011). De esta forma vemos cómo los valores éticos que deben tener los profesionales en Comercio Internacional juegan un papel vital en una economía no solo local, sino también global.

¿Cuáles son los valores o principios éticos que deben tener los profesionales en Comercio Internacional?

Los objetivos de esta investigación son conocer los valores éticos que deben tener los profesionales en Comercio Internacional desde tres aspectos diferentes, pero que convergen en un mismo individuo como un todo: como ser humano, desde el punto de vista de los negocios y desde el punto de vista social. Para ello, estableceremos variables que nos ayuden a identificar lo que queremos medir o cuantificar, y finalmente haremos uso de indicadores como elementos que nos ayuden a responder nuestros objetivos específicos.

La presente investigación tiene un enfoque mixto, pues pretende hacer uso de diferentes particularidades del enfoque cuantitativo y cualitativo como la medición de eventos, extracción de significados a partir de los datos, análisis de la realidad objetiva, uso de procesos secuenciales y probatorios, pero al mismo tiempo inductivos. Finalmente, buscar una generalización de los resultados y obtener al mismo tiempo una riqueza interpretativa. Mediante el análisis de las diferentes actividades del proceso de investigación, iremos descubriendo cuáles son las preguntas más importantes de la investigación.

El alcance de esta investigación es descriptivo explicativo, pues consideramos fenómenos ya estudiados, medimos conceptos y definimos variables, y al mismo tiempo generamos un sentido de entendimiento. Otra de las características es que tenemos definido sobre quiénes se recolectarán los datos y esa muestra será de 50 profesionales en Comercio Internacional.

MARCO TEORICO

La palabra “Ética” proviene de *ēthikos* o *ēthos*, que significa “carácter”. Aunque Sócrates y Platón plantearon cierta búsqueda de la conducta virtuosa mediante el conocimiento a sí mismo por parte del primero, y la presencia de los valores morales en todo momento de la vida humana por parte del segundo (Pino), no fue sino hasta el siglo IV antes de Cristo, cuando Aristóteles la utilizó (incluso con una connotación de “ciencia política”) en su obra llamada *Ética a Nicómaco* (Aristóteles, 2012), también conocida como *Ética Nicomáquea*. En ella, Aristóteles define

entonces, que la ética es la parte de la ciencia política que estudia la “felicidad”; teniendo en cuenta que la “virtud del carácter” es el mayor componente de la felicidad. Dentro de los métodos y objetivos de la ética, se considera que la misma se refiere a la valoración de la acción (del individuo) y por tanto se debe reconocer la inteligencia del mismo y su capacidad para decidir sus acciones para poder evaluar las mismas. En ese orden de ideas, la ética debería ser dirigida a quienes cumplan estas dos condiciones: que tengan la capacidad de dirigir sus propias acciones y que gracias a su educación puedan actuar bajo instrucciones éticas, y además podrían ser consideradas como aspectos de principios morales y deliberación moral de la persona virtuosa e inteligente (Irwin, 1985). Así, la ética es considerada como una rama de la filosofía que estudia la moral, o el comportamiento moral de las personas.

A través de la historia, ha habido diferentes doctrinas éticas donde destacan por ejemplo, el idealismo platónico, el realismo aristotélico, la ética estoica, la ética epicúrea, la ética kantiana, el psicologismo de Adam Smith, el utilitarismo de John Stuart Mill y el positivismo ético de Durkein (Pérez, 1996). Destacaron sin embargo, como corrientes de pensamiento ético (en orden cronológico): el cristianismo a mediados del siglo I, seguido de corrientes un poco más modernas como el utilitarismo en el siglo XVIII y el pragmatismo y existencialismo en el siglo XIX. Igualmente autores como I. Kant y K. Marx en los siglos XVIII y XIX respectivamente (Pino). Ninguno de ellos, sin embargo, se refirió a la ética de una forma más completa que Aristóteles y por ello su tratado se ha convertido en referencia en cuanto a enfoques clásicos se refiere. Por otro lado, la ética tuvo ciertos “tiempos oscuros” debido a las fuertes críticas que hechas por algunos pensadores modernos como el mismo Marx, Nietzsche, Freud o Wittgenstein (Viquez, 2012).

Otro autor, también de carácter contemporáneo (y que apenas mencionamos) es el pensador Adam Smith (1723-1790), un filósofo y economista escocés, quien escribe acerca del origen de los juicios morales, con su obra “Teoría de los sentimientos morales”, publicado por primera vez en 1759. En su libro, el autor hace una analogía de los sentimientos que envuelven a los seres humanos y nos hace compasivos frente a las dolencias de los demás. De la misma forma analiza la simpatía que sentimos por sensaciones positivas en otros y todo ello da origen a nuestros sentimientos de agrado por las cosas positivas o virtuosas y sentimientos de rechazo por las cosas

negativas o viciosas. En resumidas cuentas, del modo en que juzgamos. Igualmente y de forma análoga a las ideas anteriores, los sentimientos de recompensa por el mérito y los de castigo por el demérito. Finalmente y a consecuencia de todo este análisis, nos habla de la utilidad de las reglas o normas generales, las cuales usamos como normas de juicio (Smith, 2004). Estos juicios dan origen a lo que hoy conocemos como valores, en la medida que se asemejan a las virtudes o el “buen actuar”.

Vale la pena aclarar que, mientras que los valores se designan a las personas de acuerdo con sus actos, la ética lo hace sobre el acto mismo. Y debemos recalcar además, que la ética confronta solo aquellos actos que se llevan a cabo por libertad y voluntad absoluta de la persona, de tal forma que la ética está ligada a los valores propios de cada individuo (Guadalupe Aguirre Alemán, 2011).

Teniendo en cuenta estos planteamientos, un individuo profesional en comercio internacional tiene las herramientas necesarias para actuar de forma ética, de acuerdo con sus valores, tanto a nivel individual y personal, como profesional. El entendimiento de los valores morales desde muy tempranas edades es de vital importancia para el desarrollo y comportamiento éticamente apropiado del individuo y facilitará la adaptabilidad del mismo a las normas que dictan las diferentes organizaciones para el desarrollo de su profesión. Recordemos que los reglamentos de ética profesional tienen una dimensión ética, pues desde el desde el punto de vista aristotélico, el hombre en la sociedad debe establecer ciertos parámetros para crear algún tipo de normas que le permitan alcanzar la felicidad o auto realizarse (Jalomo Aguirre, 2012). Y como lo manifiesta Aristóteles en su obra *Ética a Nicómaco*: el fin de las acciones humanas es la felicidad, y la verdadera felicidad consiste en hacer las cosas conforme a la recta razón. Y dicha razón, se halla en la virtud y es allí de donde se parte para hablar de las virtudes (Aristóteles, 2012). Es decir, la felicidad es guiada a través de la virtud, y la misma se obtiene a través del comportamiento virtuoso y apartándose de lo vicioso.

Desde el punto de vista comercial y de negocios, cuando las personas dentro de una organización realizan un trabajo atendiendo las demandas de otras en muchas ocasiones toman decisiones que implican conflictos morales (Perdomo, 2006).

En años recientes, muchas corporaciones han desarrollado declaraciones de misión y valores. Estos principios y valores guían la forma que conducirá la compañía. Como resultado de un estudio en 20 grupos alrededor del mundo se determinaron los tres valores más importantes: Integridad (Respetar y valorar a las personas), Innovación (aprender y crear, y actuar con valentía) y Compromiso (tomar responsabilidad y entrega para ganar) (Nelson, 1999). Por otra parte, los mismos autores nos presentan los resultados de un estudio de la compañía Holt en Estados Unidos y su estructura ética formal que le ha representado un rápido crecimiento. Sus valores éticos consisten en hacer lo correcto: ser honesto, mostrar integridad, ser consistente y ofrecer un trato justo.

En el artículo ¿Es rentable la ética? Encontramos (según el autor) que la ética permite un mayor acceso a financiamientos, mayor retención del cliente, evita pérdidas en los negocios, transgresiones a la ley, al mismo tiempo que, fortalece valores en los colaboradores como: integridad, lealtad y compromiso, fomentando conductas que evitan: sobornos, extorsión, tráfico de influencia y organizaciones con una doble moral (Pecho, 2007).

En el artículo de trabajo escrito por Luisa Montuschi, de la universidad UCEMA, en Argentina, titulado *Los valores personales y los valores corporativos en el comportamiento ético en la empresa* (Montuschi, 2008), señala como valores personales: verdad, compasión, responsabilidad, libertad, respeto por la vida, equidad, auto respeto, preservación de la naturaleza, tolerancia, generosidad, humildad, armonía social, honor, devoción y respeto por los ancianos. Y como valores corporativos: satisfacción al cliente, integridad, responsabilidad, respeto por otros, comunicación abierta, rentabilidad, trabajo en equipo, innovación/cambio, aprendizaje continuo, medio de trabajo positivo, diversidad, servicio comunitario, confianza, responsabilidad social, seguridad/protección, empoderamiento, satisfacción del empleado con el empleo, diversión/entretenimiento, equidad y veracidad.

La universidad de Cambridge en 1992 realizó algunos estudios referentes a las relaciones internacionales en donde analizan los derechos sobre una muestra representativa de la sociedad mundial y destacan tres diferentes niveles de política mundial: 1) El nivel en el cual los

individuos se dice que habitan una gran sociedad o la humanidad. 2) El nivel en el cual los estados coexisten en una sociedad de estados. 3) El nivel en el cual organizaciones como multinacionales o de liberación empujan juntos a la sociedad mundial (Mapel, 1992)

La escuela *Wharton* de la Universidad de Pennsylvania publicó una lista titulada “Principios fundamentales para un código de ética en los negocios”, basada en un estudio realizado a numerosos grupos profesionales y pretende ser un balance entre la teoría ética y la diaria toma de decisiones (The Aresty Institute of Executive Education, 1988). La lista está compuesta por ocho principios: 1) Ejercer el debido cuidado. 2) Confidencialidad. 3) Fidelidad a las responsabilidades especiales. 4) Evitar la aparición de conflicto de intereses. 5) Cumplimiento voluntario de la ley. 6) Actuar de buena fe en las negociaciones. 7) Respetar los Derechos Humanos. 8) Respeto por la libertad y los derechos constitucionales de los demás.

METODOLOGÍA

Esta investigación tuvo un enfoque mixto, pues cuenta con características, procesos y bondades, tanto de enfoque cuantitativo, como cualitativo. Del cuantitativo podemos destacar que las diferentes etapas, como idea inicial, planteamiento del problema, revisión de la literatura y marco teórico, visualización y alcance del estudio, definición de variables, desarrollo del diseño de la investigación, , definición y selección de la muestra, recolección de datos, análisis de datos y la elaboración del reporte de resultados, se hicieron en ese orden y sin eludir o brincar ninguno de esos pasos (Roberto Hernández Sampieri, 2010). Por otro lado pretendimos medir los fenómenos, su proceso fue secuencial y probatorio, y pretendimos generalizar los resultados, aunque siempre enmarcados en la población y tiempo determinados. En cuanto al enfoque cualitativo, podemos indicar que algunos significados o interpretaciones se extrajeron de los datos, y se aplicó también un poco de proceso inductivo; mediante cierto tipo de preguntas logramos contextualizar el fenómeno y obtener de esa manera mayor riqueza interpretativa. El enfoque predominante efectivamente fue el cuantitativo.

Los instrumentos de aplicación o recolección de datos fueron las encuestas. Mismas que se aplicaron mediante el uso de 10 preguntas, desglosadas en cuatro abiertas y seis cerradas, con el fin de obtener tanto datos exactos, como información adicional que puedan aportar los encuestados y que nos ayuden a conocer detalles no propuestos en esos aspectos.

Nuestra población fueron los profesionales en Comercio Internacional, de tal forma que seleccionamos una muestra de 50 estudiantes de maestría en esa rama y realizamos la encuesta personalmente solicitándoles que llenen la misma y nos la entreguen directamente. El tipo de muestra es no probabilístico, pues la elección de elementos no dependió de la probabilidad, sino por las características propias de la investigación, estaban determinadas desde el inicio. La conveniencia de utilizar este tipo de muestra radica en la seguridad que desde el inicio tenemos de que todos los elementos pertenecen a la población que pretendemos.

La investigación tiene un alcance descriptivo explicativo, pues al mismo tiempo que pretende encontrar la respuesta de cuáles son los valores éticos que deben tener los profesionales en

Comercio Internacional, hace uso de preguntas abiertas para conocer las razones u opiniones que tienen los encuestados respecto de algunas situaciones concretas. Por otra parte, por el tipo de muestra y el método de la encuesta, se estima un nivel de confianza de 90% y un margen de error máximo de 10%. La perspectiva principal o fundamental de la investigación es educativa y de desarrollo social.

Para la recolección de datos se diseñó un plan que contemplara diferentes aspectos como es la localización de las fuentes para obtener los datos, la cual sería el método o medio para la recolección de los mismos, y de qué forma se prepararían los datos para analizarlos y responder al planteamiento original. El primer aspecto estaba contemplado desde el inicio, cuando se decidió que el instrumento de recolección de datos se le aplicaría a profesionales en Comercio Internacional de la Universidad ULACIT. El método fue un cuestionario de 10 preguntas, ocho cerradas y las dos últimas abiertas. La encuesta fue auto administrada y se realizó por el método de envío, mediante la invitación por correo electrónico, y como base la plataforma de *surveymonkey* (www.surveymonkey.com).

El instrumento de medición fue elaborado considerando los requisitos que debe tener el mismo en cuanto a confiabilidad, validez y objetividad. Con respecto a la confiabilidad, se considera que si el mismo instrumento es aplicado a los mismos individuos, produciría los mismos resultados. Fue implementado con preguntas simples, sencillas y de fácil entendimiento y se persiguió no superar las 20 palabras, como es recomendado por Sampieri (Roberto Hernández Sampieri, 2010). Con respecto a la validez, se considera que el instrumento puede medir los principios fundamentales de la ética de negocios a los profesionales en Comercio Internacional. Sin embargo, en una situación particular y de carácter filosófico como es la ética, la medición de la validez no es tan objetiva y puede convertirse en un asunto de carácter más subjetivo. Y por supuesto, de ella depende también la evidencia relacionada con el contenido, el criterio y el constructo.

Para efectos de medición, la codificación que se le dio a los resultados se hizo de forma previa para las preguntas cerradas y *a posteriori* en el caso de las preguntas abiertas. Utilizamos preguntas positivas y negativas y su codificación fue del 1 al 5. Para medir las variables que

constituyen actitudes utilizamos el método de escalamiento tipo *Likert*. Las preguntas cerradas se diseñaron bajo la modalidad de cuestionamiento múltiple, conocida como “batería de preguntas”, lo cual ahorró espacio en el cuestionario, facilitó la comprensión del mecanismo de respuesta y disminuyó el tiempo empleado para la respuesta del mismo.

Las respuestas obtenidas fueron codificadas y se transfirieron a una matriz de datos en una hoja de cálculo de Microsoft Excel®. Una vez en Excel, se prepararon para su estudio mediante un análisis estadístico de elaboración propia, de acuerdo con los métodos sugeridos por Sampieri (Roberto Hernández Sampieri, 2010).

ANÁLISIS DE RESULTADOS

La herramienta de recolección de datos consta de dos partes principales. La primera pretendió reconocer el nivel de compromiso y aceptación de los encuestados frente a los ocho principios fundamentales para un código de ética en los negocios. La segunda parte consultaba mediante preguntas abiertas cuáles consideraban eran los principales valores éticos en los negocios y si se habían reflejado en las preguntas anteriores. De esta forma, se compartía inicialmente los principios mediante las primeras ocho preguntas y una vez contestadas, los encuestados estarían enfocados en el comportamiento y los valores éticos en los negocios, y nos podrían dar mejores respuestas para nuestra segunda parte. Los ocho principios fundamentales y sus preguntas asociadas fueron las siguientes:

1. **Ejercer el debido cuidado:** ¿Considera usted que las empresas deben ser responsables de las consecuencias medioambientales que generan sus productos?
2. **Confidencialidad:** ¿Si una información confidencial le sirviera para concretar un negocio, se valdría de ella para obtener ventaja en la negociación?
3. **Fidelidad a las responsabilidades especiales:** ¿Si usted tiene diversas responsabilidades y tareas asignadas, daría prioridad a las responsabilidades especiales, aunque otras hayan sido solicitadas previamente?

4. **Evitar la aparición de conflicto de intereses:** ¿Pediría usted a su superior que otra persona maneje un caso suyo si usted piensa que le pueden acusar en el futuro de conflicto de intereses?

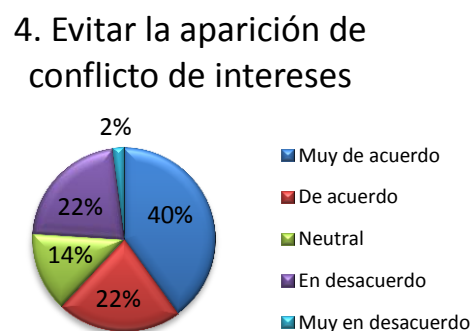
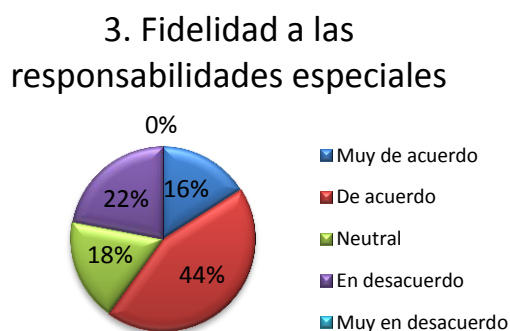
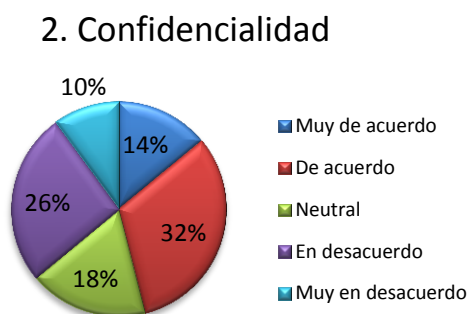
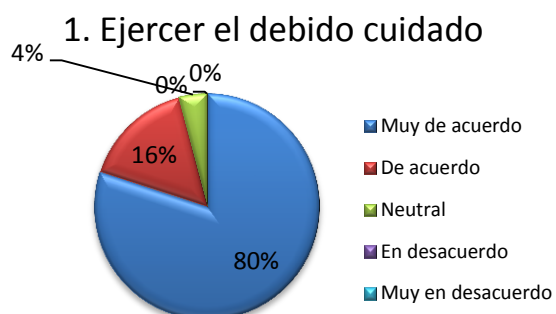
5. **Cumplimiento voluntario de la ley:** ¿Cumpliría usted lo que diga la ley y el espíritu de la misma, aunque “todo el mundo” la incumpliera?

6. **Actuar de buena fe en las negociaciones:** ¿Sacaría usted provecho de clientes o proveedores en caso de que los tratados de la industria se lo permitieran?

7. **Respetar los Derechos Humanos:** ¿Cree usted que los gerentes deben buscar el bienestar emocional y físico de empleados, clientes y usuarios?

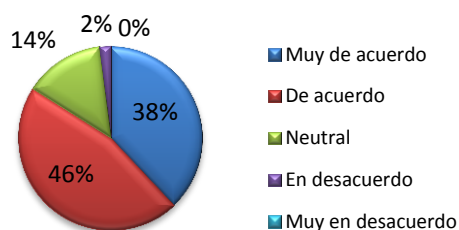
8. **Respeto por la libertad y los derechos constitucionales de los demás:** ¿Considera usted que los gerentes deben dar prioridad extrema a la preservación de las libertades y derechos constitucionales, incluso en los casos específicos donde no existen las sanciones legales?

Veamos entonces los resultados obtenidos con respecto a estas preguntas:

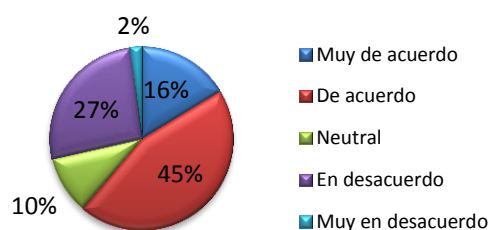


Fuente: Elaboración propia

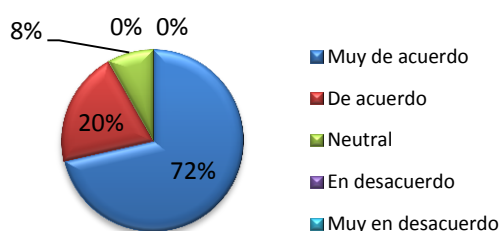
5. Cumplimiento voluntario de la ley



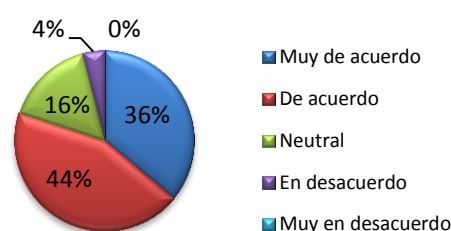
6. Actuar de buena fe en las negociaciones



7. Respetar los Derechos Humanos



8. Respeto por la libertad y los derechos de los demás

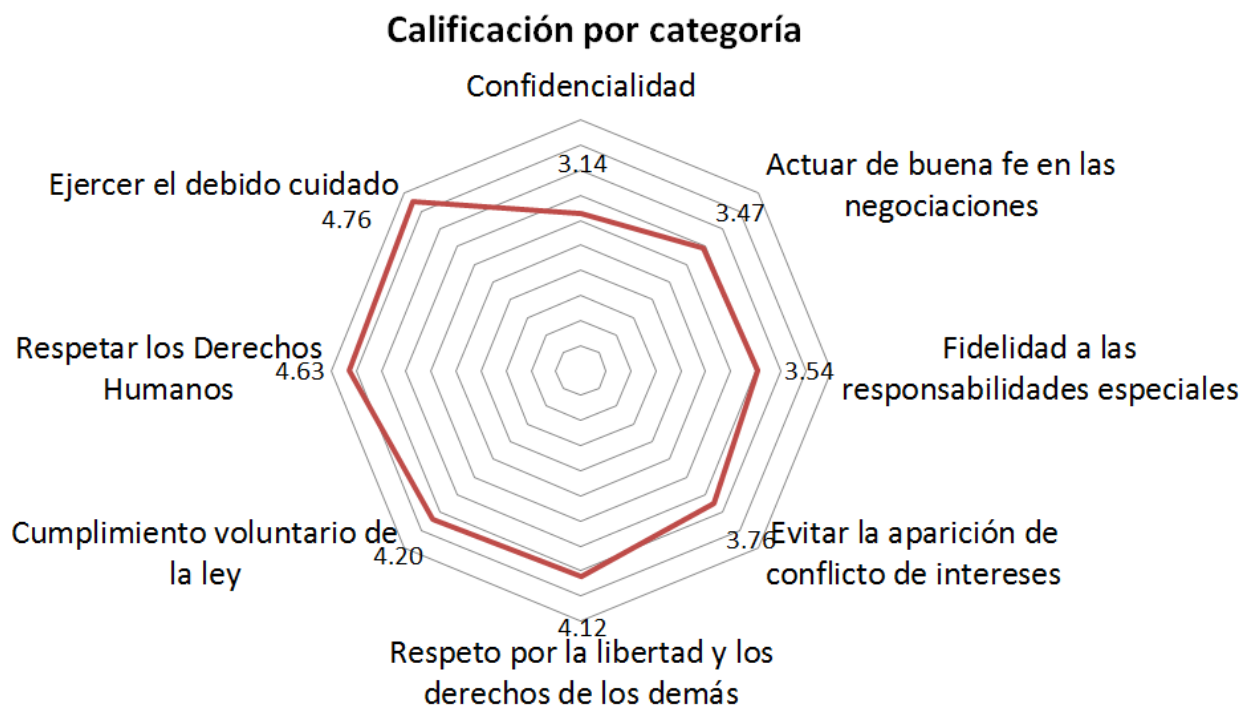


Fuente: Elaboración propia

Es interesante observar las coincidencias de los encuestados entre ciertos tipos de respuestas, que aunque no están ligadas unas con las otras, revelan una forma de pensar equivalente entre ellas. Se puede ver por ejemplo, la semejanza de pensamiento entre el gráfico 1 y 7. La responsabilidad que tiene la empresa de sus productos y el respeto a los derechos de todos los grupos de interés. Otra semejanza en la forma de responder las preguntas 3 y 6. Teniendo que ver con la fidelidad a las responsabilidades especiales, y el respeto por la libertad y los derechos constitucionales de los demás.

Existen por supuesto posiciones muy diferentes con respecto a estos temas, sin embargo, las mediciones realizadas a partir de las respuestas obtenidas nos permiten observar, en términos generales, un buen nivel de acuerdo entre los principios formulados y los pensamientos de los profesionales en Comercio Internacional. De acuerdo con las propiedades de medición de las escalas de Likert, obtenemos los siguientes valores de aceptación o coincidencia con los

principios señalados. La figura “Calificación por categoría” nos enseña dicho valor obtenido mediante encuesta:



Fuente: Elaboración propia

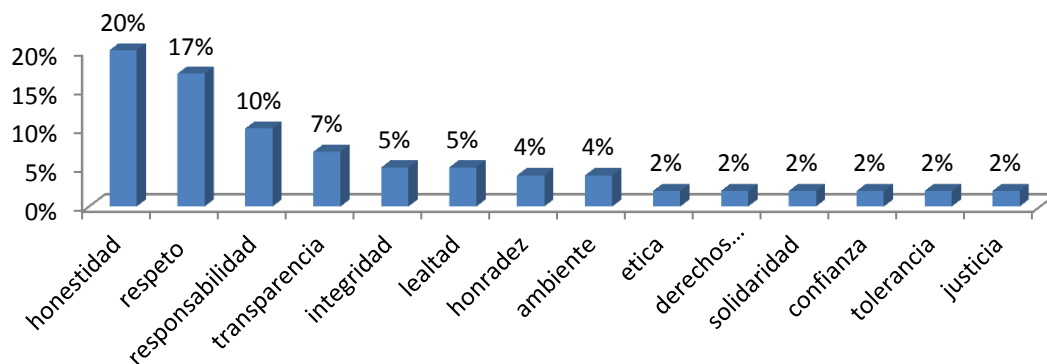
En la gráfica podemos observar un alto nivel de coincidencia, principalmente con el principio de ejercer el debido cuidado. Es probable que en este sentido haga falta un poco de capacitación en ética, pues los valores morales son en términos generales, altos.

Basados en la codificación de las respuestas de la escala de Likert podemos también realizar una valoración general mediante un promedio aritmético simple entre las diferentes puntuaciones. El valor obtenido es el siguiente:

Puntuación promedio: 3.95

En la segunda parte del cuestionario se emplearon preguntas abiertas para obtener más información acerca del pensamiento propio de los encuestados. A continuación se muestran las preguntas y sus respectivos análisis de respuestas:

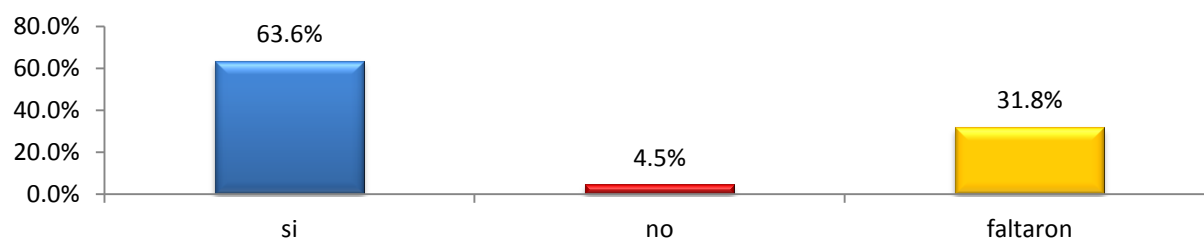
9) ¿Cuáles considera que son los principales valores éticos que deben tener los profesionales en negocios internacionales?



Fuente: Elaboración propia

El listado de valores proporcionados por los encuestados fue muy grande y variado. Desde los más mencionados como la honestidad, el respeto, la responsabilidad, la transparencia, la integridad y la lealtad, hasta algunos poco menos escuchados, como conflicto de intereses, transparencia, asertividad, secreto profesional, sinceridad, cumplimiento, liderazgo, *fair play*, empatía, honor, profesionalidad, carácter, credibilidad, compromiso, equidad y objetividad. Como se puede observar, existe un sin número de valores en la aplicación de los negocios en general, así que pretender medir cada uno de ellos, o considerar algunos más importantes que otros puede no ser tan positivo. Basados en los principios, se preguntó entonces si consideraban que con los temas de las primeras ocho preguntas, se habrían considerado todos los valores, las respuestas fueron las que se observan en la siguiente gráfica:

10) ¿Considera usted que se tocaron los principales valores éticos en los negocios?



Fuente: Elaboración propia

Se observa que más del 63% de los encuestados consideran que efectivamente se tomaron en cuenta los valores éticos en el diseño del cuestionario, sin embargo, vemos como casi un 37 por ciento consideró lo contrario. Ellos no consideran que se hayan tenido en cuenta muchos de los valores éticos y denuncian la falta de algunos de ellos.

Es probable que esto se deba a las diferencias culturales de diseño de los principios, pues ha sido realizado en un país desarrollado, en donde se pudieran tener en cuenta aspectos diferentes a los de estas latitudes. Podría ser necesario entonces que se deba considerar seriamente un estudio de estos principios y la forma en que debiera ser mejorado este listado. Por supuesto debemos tener en cuenta que se trata de la apreciación de los encuestados, pero la cifra tan alta obtenida en la encuesta, puede darnos algún tipo de indicación de alarma.

En el **ANEXO 1**, al final de este documento, podemos observar en detalle el instrumento de recolección de datos.

CONCLUSIONES

Existe un elevado nivel de ética para los negocios entre los profesionales de Comercio Internacional encuestados, aunque mejorable. Tanto la valoración particular de cada uno de los principios, como la valoración general, demuestran un buen nivel ético para los negocios internacionales.

En algunas respuestas se puede observar que predomina el interés del negocio y de la ganancia económica (o comercial) por encima de ciertos principios éticos.

Un dato interesante es encontrar que aunque los encuestados coinciden en que entre los valores éticos más importantes en los negocios internacionales están la honestidad y el respeto, en sus actuaciones comerciales, los mismos no se ven claramente reflejados.

Se considera que una de las razones para que no hubiera una mayor coincidencia entre los principios fundamentales y los encuestados, se debe más a una falta de información o estudio respecto a la ética en los negocios, que falta de voluntad o pensamiento opuesto al principio mismo.

RECOMENDACIONES

Es importante sensibilizar a los profesionales en Comercio Internacional respecto de los beneficios de actuar con ética. Como se puede observar, diferentes organizaciones están creando códigos de ética y sensibilizando a sus colaboradores sobre los beneficios que representa para la empresa.

Dar capacitación a los estudiantes en ética de los negocios. Como se comentó en el análisis de los resultados, algunas de las preguntas reflejaban un comportamiento inclinado a la negociación en detrimento del comportamiento puramente ético. Es probable que este comportamiento se dé de manera natural, por la naturalidad con que se ve en la vida diaria.

Revalorar los valores éticos que podrían no estar contemplados en los principios éticos desarrollados en esta investigación. Podría ser entonces un campo de acción tomando como punto de partida esta situación. Esta revaloración puede significar una larga investigación, pero vale la pena desarrollarla.

BIBLIOGRAFÍA

- ACAN-EFE. (23 de octubre de 2003). *Empresarios elaborarán código regional de ética y transparencia*. Obtenido de Periódico La Nación:
http://www.nacion.com/ln_ee/2003/octubre/23/ueconomia-la14.html
- Aristóteles. (2012). *Ética a Nicómaco*.
- Carazo, R. A. (31 de enero de 2001). *La hora del comercio ético*. Obtenido de Periódico La Nación: http://www.nacion.com/ln_ee/2001/enero/31/opinion3.html
- Colegio de profesionales de ciencias económicas de Costa Rica. (2006). *Reglamento de Ética Profesional del Colegio de profesionales de ciencias económicas*. Obtenido de <http://www.cpcecr.com/archivos-de-usuario/Reglamento%20de%20Etica.pdf>
- Diario La República. (24 de octubre de 2012). *Empresarios, a mejorar políticas de ética para mayor beneficio*. Obtenido de Diario La República:
http://www.larepublica.com.co/empresas/empresarios-mejorar-pol%C3%ADticas-de-%C3%A9tica-para-mayor-beneficio_23853
- Diario La República. (12 de abril de 2012). *Ética corporativa, valor agregado en el crecimiento empresarial*. Obtenido de Diario La República:
http://www.larepublica.com.co/responsabilidad-social/%C3%A9tica-corporativa-valor-agregado-en-el-crecimiento-empresarial_7171
- Garde, J. A. (2011). *Colegio de Profesionales de Ciencias Económicas de Costa Rica*. Obtenido de <http://www.cpcecr.com/memoria/congreso2011/VIICONAMCECA/presentaciones/8/juan-antonio-garde-roca-etica-y-valores-en-una-economia-globalizada.pdf>
- Garde, J. A. (2011). *Información biográfica*. Obtenido de Colegio de Profesionales en Ciencias Económicas de Costa Rica:
<http://www.cpcecr.com/memoria/congreso2011/VIICONAMCECA/semblanzas/8/juan-antonio-garde-roca.pdf>
- Guadalupe Aguirre Alemán, L. S. (2011). *Ética y valores: ¿Elementos necesarios en el entorno laboral?* Obtenido de EBSCO Revista De Economía, Negocios Y Finanzas:
http://bb9.ulacit.ac.cr/webapps/blackboard/content/contentWrapper.jsp?course_id=_5728_1&displayName=Biblioteca+virtual&href=http%3A%2F%2Fsearch.epnet.com%2Fuserlogin.asp%3Fuser%3Ds7950840%26password%3Dpassword
- Guardia, J. (30 de junio de 2010). *Falta ética en las soluciones a la crisis*. Obtenido de Periódico La Nación:

- <http://www.nacion.com/MenuEspeciales/Blogs/Economia/LiberalidadesEconomicas/Junio-2010/Debate-en-el-G20.aspx?Page=2>
- Irwin, T. (1985). *Nicomachean Ethics*. Indianapolis: Hackett Publishing Company.
- Jalomo Aguirre, F. (2012). *Sobre las leyes y su dimensión ética*. Obtenido de EBSCO: Universitas, (124), 147-167.:
http://bb9.ulacit.ac.cr/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_2_1&url=%2Fwebapps%2Fblackboard%2Fexecute%2Flauncher%3Ftype%3DCourse%26id%3D_5728_1%26url%3D
- Mapel, T. N. (1992). *Traditions of International Ethics*. New York: Cambridge University Press.
- Montuschi, L. (2008). *Los valores personales y los valores corporativos en el comportamiento ético de la empresa*. Obtenido de EBSCO: Documentos De Trabajo, (384), 1-31.:
http://bb9.ulacit.ac.cr/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_2_1&url=%2Fwebapps%2Fblackboard%2Fexecute%2Flauncher%3Ftype%3DCourse%26id%3D_5726_1%26url%3D
- Nelson, L. K. (1999). *Managing Business Ethics*. New York: John Wiley & Sons.
- Pecho, M. T. (2007). *¿Es rentable la ética?* Obtenido de EBSCO: Revista Veritas, (65), 34:
http://bb9.ulacit.ac.cr/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_2_1&url=%2Fwebapps%2Fblackboard%2Fexecute%2Flauncher%3Ftype%3DCourse%26id%3D_5726_1%26url%3D
- Perdomo, G. &. (2006). *EL DESEMPEÑO MORAL EN LA ORGANIZACIÓN*. Obtenido de EBSCO: Psicología Desde El Caribe, (18), 161-187.:
http://bb9.ulacit.ac.cr/webapps/portal/frameset.jsp?tab_tab_group_id=_2_1&url=%2Fwebapps%2Fblackboard%2Fexecute%2Flauncher%3Ftype%3DCourse%26id%3D_5726_1%26url%3D
- Pérez, R. G. (1996). *Ética empresarial*. Ediciones Rialp.
- Pino, T. V. (s.f.). *Autores y Corrientes en la Historia de la Etica*. Obtenido de Universidad Técnica Federico Santamaría, Chile :
<http://www.google.co.cr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ramos.utfsm.cl%2Fdoc%2F1299%2Fsc%2FAutoresCorrientesHistoria.ppt&ei=4bKSUKfYN8aB0QGGjYGQDA&usg=AFQjCNE2PPReRbO5gkjId6G3nGatnZ5NCg>
- Revista Summa. (15 de abril de 2011). *Manpower impulsa comportamiento ético para lograr competitividad en empresas*. Obtenido de Revista Summa:
<http://www.revistasumma.com/gerencia/11128-manpower-impulsa-comportamiento-etico-para-lograr-competitividad.html>
- Revista Summa. (04 de septiembre de 2012). *Empresas ticas ganan reconocimiento por mejores prácticas de RSE*. Obtenido de Revista Summa:
<http://www.revistasumma.com/rse/29531-empresas-ticas-ganan-reconocimiento-por-mejores-practicas-de-rse.html>
- Revista Summa. (31 de agosto de 2012). *FUNDE y FUNDEMAS impulsan la adopción de la ética y transparencia empresarial en El Salvador*. Obtenido de Revista Summa:
<http://www.revistasumma.com/caras-y-cosas/29435-funde-y-fundemas-impulsan-la-adopcion-de-la-etica-y-transparencia-empresarial-en-el-salvador.html>
- Revista Summa. (23 de marzo de 2012). *Hitachi Data Systems es reconocida como una de las empresas más éticas del mundo por el Ethisphere Institute*. Obtenido de Revista Summa:

- <http://www.revistasumma.com/caras-y-cosas/24066-hitachi-data-systems-es-reconocida-como-una-de-las-empresas-mas-eticas-del-mundo-por-el-ethisphere-institute.html>
- Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Root, J. (9 de marzo de 2011). *2011's 10 Most Ethical Destination Countries*. Obtenido de Planet Green: <http://planetgreen.discovery.com/travel-outdoors/2011s-10-most-ethical-destination-countries.html>
- Smith, A. (2004). *Teoría de los sentimientos morales*. México: Fondo de cultura económica.
- The Aresty Institute of Executive Education. (1988). *BUSINESS ETHICS*. The Wharton School of the University of Pennsylvania.
- Trentmann, F. (23 de noviembre de 2008). *Virtudes olvidadas del libre comercio*. Obtenido de La Nación: http://www.nacion.com/ln_ee/2008/noviembre/23/opinion1785203.html
- Trías, S. Z. (septiembre de 2009). *Guía a la redacción en el estilo APA, 6ta edición*. Obtenido de Congreso Iberoamericano de Educación Matemática CIBEM: <http://www.cibem.org/paginas/img/apa6.pdf>
- Trías, S. Z. (marzo de 2012). *Guía a la redacción en el estilo APA, 6ta edición*. Obtenido de Sistema Universitario Ana G. Méndez: <http://www.suagm.edu/umet/biblioteca/pdf/GuiaRevMarzo2012APA6taEd.pdf>
- Víquez, M. (02 de mayo de 2012). *La trivialización de la ética*. Obtenido de Periódico La Nación: <http://www.nacion.com/2012-05-02/Opinion/la-trivializacion-de-la-etica.aspx>

ANEXO 1 - CUESTIONARIO EMPLEADO EN LAS ENCUESTAS



¿Cuáles son los valores éticos que deben tener los profesionales en Comercio Internacional?

Buenas noches compañer@:

Mi nombre es Oscar Rozo. Estoy llevando una investigación con fines académicos, para obtener el grado de maestría en Comercio Internacional. El objetivo de la investigación es conocer cuáles son los valores éticos que deben tener los profesionales en Comercio Internacional.

Quisiera pedir tu ayuda para que contestes algunas preguntas que no te llevarán mucho tiempo (5 minutos máx.).

Las opiniones de todos serán sumadas e incluidas en el informe pero **nunca se comunicarán datos individuales**.

Te pedimos que contestes con **la mayor sinceridad posible**.

Tus respuestas serán confidenciales y anónimas

Recuerda que **NO HAY RESPUESTAS CORRECTAS NI INCORRECTAS**

De antemano, **MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

	<i>Definitivamente sí</i>	<i>Sí</i>	<i>más o menos</i>	<i>No</i>	<i>Definitivamente no</i>
1) Considera usted que las empresas deben ser responsables de las consecuencias medioambientales que generan sus productos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) Si una información confidencial le sirviera para concretar un negocio, se valdría de ella para obtener ventaja en la negociación?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) Si usted tiene diversas responsabilidades y tareas asignadas, daría prioridad a las responsabilidades especiales, aunque otras hayan sido solicitadas previamente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) Pediría usted a su superior que otra persona maneje un caso suyo si usted piensa que le pueden acusar en el futuro de conflicto de intereses?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) Cumpliría usted lo que diga la ley y el espíritu de la misma, aunque "todo el mundo" la incumpliera?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6) Sacaría usted provecho de clientes o proveedores en caso de que los tratados de la industria se lo permitiera?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7) Cree usted que los gerentes deben buscar el bienestar emocional y físico de empleados, clientes y usuarios?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8) Considera usted que los gerentes deben dar prioridad extrema a la preservación de las libertades y derechos constitucionales, incluso en los casos específicos donde no existen las sanciones legales?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9) Cuáles considera que son los principales valores éticos que deben tener los profesionales en negocios internacionales?

10) Considera usted que en el anterior cuestionario se tocaron los principales valores éticos en los negocios? Cuáles piensa que faltaron?

Nuevamente **MUCHAS GRACIAS!**