

UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Aspectos éticos en el ejercicio de la profesión.

Estudiante: Mauricio Coto Bonilla¹

Tercer trimestre del 2012

Resumen:

Desde hace mucho tiempo se ha abordado la ética en la conducta humana y en las últimas décadas se ha estado relacionando a los profesionales y las empresas, dados los acontecimientos que diariamente leemos en los periódicos y en los noticieros que afectan a la sociedad.

El presente trabajo pretende determinar si la ética puede ser una ventaja competitiva en las empresas, los elementos éticos que deben prevalecer, las ventajas y desventajas que surgen de su aplicación o de su omisión y la participación de las empresas por medio de la responsabilidad social empresarial.

Palabras claves:

Ética, profesionales, empresas, comportamiento humano, principios, valores.

Abstract:

It has long been studied ethics in human behavior and the last decades has been relating to professionals and companies, given the events that day we read in the newspapers and in the news that affect society.

This paper aims to determine whether ethics can be a competitive advantage in business, ethical elements that should prevail, the advantages and disadvantages arising from its application or omission and the participation of companies through CSR.

Key Words:

Ethics, professional, business, human behavior, principles, values

¹Licenciado en Administración de Empresas con énfasis en Finanzas, con más de 10 años de laborar en el Sistema Financiero Nacional y actualmente labora en Banco Cathay de Costa Rica, S.A. como Analista de Riesgo Empresarial en el Departamento de Crédito. maucoto40@hotmail.com

Introductorio

1. Tema de estudio.

“Aspectos éticos en el ejercicio de la profesión”

2. Antecedentes del Problema

Se tomaron algunos comentarios más relevantes del extracto de la conferencia del premio Nobel de Economía 1998, Amartya Sen (2009), que permiten ilustrar los hechos recientes en torno a la ética y sus repercusiones en la sociedad actual. El señor Sen manifiesta que durante los años ochenta, el capitalismo orientado hacia el lucro lucía triunfante. Los negocios florecían tanto en el marco de las antiguas economías capitalistas de Occidente, como en los nuevos centros del Japón y del Sudeste Asiático.

Al “Estado de bienestar” se le describía con frecuencia como un eufemismo de derroche desmedido. La efectividad de la economía de mercado, a la cual se le había hecho caso omiso en el pasado, se había convertido en el mensaje central, pero esto ya no es cierto, por lo menos en nuestros tiempos. El año 2008 fue un año de numerosas crisis. Primero tuvimos una crisis de alimentos, con efectos particularmente amenazantes para los consumidores pobres, especialmente en países de África. Además, también sobrevino una crisis petrolera, que constituye una amenaza para los países importadores de petróleo. Por último, el deterioro de la economía global ocurrió de manera bastante brusca y una dudosa recuperación en el corto plazo.

El interrogante que surge con mayor intensidad en este momento no se refiere tanto a la supervivencia del capitalismo, sino a su naturaleza, al igual que a la necesidad de un cambio. El tema de la ética empresarial se ubica claramente dentro de este contexto. Sin duda, existe una resistencia a cualquier cambio por parte de algunos defensores de un capitalismo sin restricciones, quienes están convencidos de que al mismo se le está responsabilizando excesivamente por problemas económicos puntuales de corto plazo, que atribuyen ya sea al ejercicio deficiente de los gobiernos, así como fracasos específicos del comportamiento económico de algunas personas en particular (o lo que John McCain describió durante su campaña para la presidencia como “la codicia de Wall Street”). Hay, sin embargo, también quienes ven la presencia

real de serios problemas en los actuales sistemas económicos y desean reformar el capitalismo en busca de algo que, con intensidad creciente, está siendo llamado “nuevo capitalismo”.

Hay numerosos factores que determinan el éxito de una economía. El grado de evolución en el desempeño de una economía para lograr eficiencia, equidad y rápido progreso depende de elementos, tales como: tecnología, espíritu emprendedor, destrezas, liderazgo, así como buenas prácticas comerciales, sistemas fiscales eficientes, una justa oferta de seguridad social y otras políticas públicas.

Resulta que, además, de estos factores determinantes, también una buena ética empresarial tiene un papel fundamental para el logro del éxito económico. El hecho de que con frecuencia se pase por alto esta relación hace que resulte tanto más crucial el investigar y desmenuzar exactamente cómo la ética empresarial puede ejercer una influencia en el desempeño y logro económico.

Los primeros autores que se expresaron sobre asuntos económicos, desde Aristóteles en la Antigua Grecia y Kautilya (en la antigua India, respectivamente) pasando por sus practicantes medioevales (entre ellos Aquinos, Ockham, Maimónides), hasta los economistas de los inicios de la edad moderna (William Petty, Gregory King, Francois Quesnay, entre otros) se interesaban todos, en diversos grados, por el análisis de la ética. De una y otra manera, vieron en la economía una rama de “raciocinio práctico” en la que figuraban en lugar central los conceptos del bien, lo correcto y lo obligatorio.

El señalamiento de que el papel de la ética en la economía puede ser realmente muy amplio, así como el de la ética empresarial en el éxito de las empresas y del comercio. Esto era ya cierto en la era de Adam Smith, en el siglo XVIII y tiene aún mayor vigencia y significado en la actualidad. La idea de actuar sin apego a lo ético en las operaciones económicas y comerciales resulta en realidad bastante extraña. La ética tiene su lugar en la economía exactamente igual como lo tiene en todas las ciencias del comportamiento. No existe la opción de verse libre de actuar con ética ya sea en los negocios o en la economía. Si no se comprende algo tan importante como esto, la lección tendrá que ser aprendida pagando un costo muy alto.

3. Justificación del Problema

Se justifica en el presente artículo, la necesidad de determinar si la ética profesional y empresarial puede ser una ventaja competitiva de negocio en nuestra actualidad, dados los acontecimientos nacionales e internacionales, donde importantes empresas, profesionales, servidores públicos y políticos se han visto envueltos en sobornos, extorsiones, tráfico de influencias y uso de información confidencial.

El tema de la ética empresarial ha cobrado gran relevancia en nuestros días y no sólo porque las investigaciones, la bibliografía y las revistas especializadas sobre el tema se multiplican rápidamente, sino también porque la propia realidad económica y empresarial lo señalan casi a diario en los medios de comunicación. (Fernández, J, L 1994)

Los profesionales no solo requieren de conocimientos que son adquiridos en las universidades o a través de capacitaciones, sino de principios y valores para poder tomar decisiones correctas y prudentes. Las empresas a su vez giran en torno a situaciones difíciles de solucionar o muy simples, pero que no sabemos cómo actuar, por tal razón la toma de decisiones requieren de conocimientos y de la conciencia de cada individuo de acuerdo con lo que considere correcto o incorrecto.

Los resultados de la actuación ética y la calidad moral generan comportamientos que influyen en la motivación para el trabajo, fomentando una cultura empresarial con calidad ética. Induce y provoca señales positivas: buena imagen y reputación, mayor productividad, disminución de costos operativos, lealtad de empleados y clientes, desarrollo del líder y su equipo. Si planificamos y logramos producir un buen ambiente ético, la ética empresarial sí es una ventaja competitiva. (El Financiero, 2004)

4. Planteamiento del Problema

El problema de la investigación se puede señalar de la siguiente manera:

¿Permite la ética profesional y empresarial ser una ventaja competitiva en los negocios?

5. Objetivos

5.1 Objetivo central

- Determinar la permisibilidad de la ética profesional y empresarial puede ser una ventaja competitiva en los negocios.

5.2 Objetivos específicos

- Identificar los elementos éticos que deben prevalecer en el ejercicio diario de los profesionales y de las empresas.
- Describir los beneficios de mantener un comportamiento ético y las desventajas de no ejercerlos.
- Vincular el comportamiento ético a la responsabilidad social empresarial.

Aspectos Teóricos

1. Introducción

Los presentes aspectos teóricos tienen como objetivo mostrar las aplicaciones y planteamientos utilizados para la elaboración de esta investigación, con el propósito de obtener una mayor comprensión y análisis de los aspectos que se tratarán en la misma.

Se han utilizado diversas fuentes de información primarias, las cuales constituyen el objetivo de la investigación bibliográfica o revisión de la literatura y proporciona además, datos de primera mano, como libros de texto, proyectos de graduación, folletos informativos, documentos académicos y páginas Web de Internet.

Los fundamentos teóricos consisten en la revisión de la literatura para detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales que pueden ser útiles para los propósitos del estudio, extraer y recopilar la información relevante y necesaria que atañe al problema de investigación.

El siguiente trabajo aborda la ética en el desarrollo de las actividades profesionales y de las empresas, y los efectos de su aplicación; así como su importancia en nuestra actualidad asociado a otros temas como “La Responsabilidad Social Empresarial”.

2. Concepto de ética

Elegido (1998), sostiene que:

El enfoque de la ética es determinar cómo comportarnos a fin de asegurar nuestra realización personal, el vivir una buena vida, floreciente, que valga la pena y digna de vivirse.

La ética es un saber normativo que busca orientar de forma indirecta las acciones de los seres humanos. Mientras que la moral es un saber que ofrece orientaciones concretas para la acción, la ética reflexiona sobre los distintos modos de justificar racionalmente la vida moral, de modo que su manera de orientar la acción es indirecta. La ética no tiene por qué tener una incidencia inmediata en la vida cotidiana, puesto que su objetivo último es el esclarecer reflexivamente el campo de lo moral.

La ética es la ciencia que estudia de manera reflexiva la conducta humana. Se entiende por ética el conjunto de valores morales que orientan al individuo hacia una vida que valga la pena. Es una ciencia no teórica sino traducible en actos concretos; no es una ciencia estática sino dinámica y constructiva del ser humano. La palabra ética procede del griego *ethos* y primeramente significó “lugar donde vivimos”, pero posteriormente se entendiendo como “el carácter”, el “modo de ser” que una persona o grupo va adquiriendo a lo largo de su vida. Por su parte, el término “moral” procede del latín *mos, moris*, que originalmente significaba “costumbre”, pero luego pasó a significar “carácter” o “modo de ser”. De esta manera, su origen etimológico, los términos “ética” y “moral” significan todo aquello que se refiere al carácter adquirido como el resultado de practicar ciertos hábitos considerados como buenos.

Para ser ético lo imprescindible es tener una alta moral, esto es creer en lo posible y no sólo en lo racional abriéndonos a un futuro más humano.

3. Surgimiento de la ética empresarial

Martínez, H (2005) menciona:

El origen de la preocupación actual por la ética empresarial radica en la demanda social ante las actuaciones de falta de ética en las empresas. Las reflexiones de este tema se han orientado, con frecuencia, más a evitar que se repitan esos hechos escandalosos que a promover directamente una comprensión de su práctica en la organización empresarial.

La ética empresarial empieza a gestarse a partir de la aparición de empresas diferenciadas de la pequeña empresa tradicional, por su organización formal y jerárquica y por la separación de la dirección y de la propiedad. Comienza, entonces, una creciente reflexión ética sobre las actuaciones de las grandes empresas y su gestión. En los años cincuenta se aborda sistemáticamente el análisis sobre la responsabilidad social de las empresas y sobre la gestión como profesión. Estos planteamientos se hacían predominantemente en el marco de las tradiciones religiosas, sobre todo de protestantes y católicos, que pretendían aplicar determinados planteamientos morales al mundo de la empresa y de los negocios.

Como consecuencia de la guerra de Vietnam, durante los años setenta se produce una creciente movilización contra aquello que identifica a la cultura estadounidense. Se cuestionan las actividades de las empresas a partir de las consecuencias sociales de sus actuaciones, se critica el papel imperialista de las empresas norteamericanas en los países del Tercer Mundo. En esta década el Club de Roma hace referencia a las consecuencias ecológicas del desarrollo industrial y al consumismo como estilo de vida.

Las preocupaciones por las consecuencias sociales de las actuaciones empresariales llevaron a formular el concepto de responsabilidad social de la empresa, más allá de los intereses individualistas de los propietarios y directivos. Lo más importante es el cambio de perspectiva y este se hace desde el supuesto de que existe un contrato social implícito entre la sociedad y la empresa. La empresa tiene obligaciones con la sociedad y por lo tanto, sus acciones se deben de realizar sabiendo que tendrá que cuentas ante la sociedad.

4. Responsabilidad Social Empresarial

Reyno, M (2007) hacia finales de la década de los setenta y principios de los ochentas y como consecuencia de la importancia de la empresa, en el entorno socioeconómico, toma fuerza la doctrina relativa a la existencia de una responsabilidad social empresarial, que parte de la apreciación trascendental, papel que la empresa desempeña en el contexto social y del considerable impacto de sus actuaciones, desde la perspectiva de la sociedad, la empresa se ha convertido en un importante agente social. Este cambio de mentalidad y de expectativas genera presiones sobre la institución empresarial que reclaman la consideración de las externalidades y costos sociales generados por su actividad.

Ante este enfoque nace la teoría sobre la existencia de una responsabilidad de la empresa hacia el conjunto de la sociedad, responsabilidad social entendida como una responsabilidad integral, entiéndase, económica y social, según la cual la empresa, en el ejercicio de su profesión, ha de tomar conciencia de los efectos reales y totales de sus acciones sobre el entorno, adoptando una actitud positiva hacia la consideración de los valores y expectativas del mismo.

El origen de la teoría sobre la responsabilidad social de la empresa, se sitúa la discusión sobre cuál es la función de la empresa en la sociedad y si dicha función es meramente económica o tiene un alcance mayor. Tradicionalmente se ha considerado a la empresa como una unidad de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas. La empresa tiene capacidad para ser un motor de cambio social, asumiendo un mayor protagonismo en la política social y una participación efectiva en la resolución de los problemas comunes, para lo que también se requiere de una mayor participación y colaboración del estado. Díez de Castro, (1982)

Un buen entendimiento de la responsabilidad social parte del principio básico de que la primera tarea de todo empresario es la búsqueda del éxito económico en las actividades. Solo con él podremos asegurar el crecimiento de las empresas, generando mayor empleo, capacidad de reinversión y mayor contribución social por medio de un sano comportamiento tributario. (El Financiero, 2005)

La responsabilidad social, por tanto, debe obligar a ser conscientes de que todos los recursos naturales de que disponemos son prestados y debemos devolverlos en iguales o mejores condiciones a las futuras generaciones. (Idem)

El crecimiento económico y la disponibilidad de recursos naturales para producir, son solo dos medios para alcanzar una tercera meta superior, como lo es la generación de bienestar social para las actuales y futuras generaciones. (Idem)

Una sociedad educada, sana y en paz hará un mejor uso de los recursos naturales a la hora de producir riqueza y esta prosperidad económica será el sustento para mejorar, cada vez más, la calidad de vida de los países. (Idem)

5. La Responsabilidad social empresarial como parte de la ética empresarial

Socorro, F (2009), indica lo siguiente:

En primer lugar, las organizaciones no surgen como consecuencia de la generación espontánea, son creadas con una finalidad y un propósito y, al instituirse, las empresas son responsables de establecer sus códigos y valores y de seleccionar al personal que más se ajuste a los mismos y no a la inversa.

Se cree firmemente que las personas pueden alterar la ética existente en las empresas y por ende, la percepción de la misma, pero, en realidad, son las personas quienes deben ajustarse a los códigos de ética predominante de la organización que los contrata y los cuales no les han de ser ajenos porque, es obvio, que se han de sentir identificadas con ella si mostraron interés por ingresar en esa organización en particular.

Las expresiones éticas de la empresa dependerán de los valores que esta posea y manifieste, si tales valores son contrarios a los que el colaborador posee le será prácticamente imposible ajustarse a los aspectos éticos esperados, por lo tanto, será responsabilidad de la empresa comprobar la coincidencia de valores y expectativas de sus candidatos antes de la contratación y será responsabilidad de los aspirantes determinar si los mismos se ajustan a los propios y por lo tanto, pueden ser respetados y modelados sin que ello genere conflictos de ninguna índole.

El otro aspecto es que las empresas no se crean para beneficiar a la sociedad, o por lo menos no las mercantiles, por lo tanto, la "responsabilidad social" tampoco ha de

ser vista como una obligación ni como parte del código de ética de las empresas. La responsabilidad social surge de la evolución del pensamiento humano y con él la aceptación de que todos estamos interconectados y relacionados y que, por lo tanto, no hay nada que se realice, ninguna acción independiente, que no afecte al colectivo.

Una vez que se llega a ese nivel de conciencia, las actividades que se realizan en una empresa están orientadas a generar utilidad económica y de impacto social a través del bienestar de sus trabajadores y los aportes que, de manera voluntaria ofrezca a la comunidad. , pero la verdadera "responsabilidad social" no se decreta ni se impone, tales acciones lo que originan son desviaciones en el concepto y su ejecución.

La empresa mostrará una verdadera madurez organizacional cuando, independientemente de la norma, procure expresiones que faciliten el desarrollo, esparcimiento, crecimiento y bienestar de quienes hacen vida laboral en ella y de aquellos que están presentes en su entorno inmediato y más allá.

Si se trata de vincular los conceptos estudiados, como elementos que deberían estar relacionados y coexistentes sin excepción, puede decirse que no necesariamente ha de ser así, pues la ética depende de los valores y principios que se posean, lo que es ético para una cultura puede no serlo para otra, esos ejemplos pueden verse en casi cualquier escenario; por ejemplo, en los comerciales norteamericanos es "normal" compararse entre marcas y mostrar la diferencia entre una y otra, como ocurre con el servicio de telefonía celular y la conexión a la banda ancha inalámbrica que ofrecen AT&T y Verizon; lo cual es considerado inadecuado y poco ético en algunos países latinoamericanos como en el caso de Venezuela, donde se considera que la idea no es destacar las debilidades de la competencia sino las fortalezas del producto o servicio que se desea colocar. Asimismo, la responsabilidad social no necesariamente mostrará una conducta ética implícita, pues hay empresas cuyo ejercicio o actividad pueden apreciarse como no éticos (aquellas cuyo desecho atenta contra el ambiente, la moral y las buenas costumbres o la salud) y sin embargo, el aporte que transfieren a la sociedad es de alto impacto y lo mismo ocurre a la inversa.

Metodología de Investigación

Se tendrá un enfoque exploratorio y descriptivo, para la elaboración de esta investigación basado en una metodología cualitativa, dado que no se realizará una medición numérica, salvo algunos datos propios del cuestionario.

Esta investigación es descriptiva porque se requiere conocer conceptos, principios y valores que los profesionales y las empresas deben considerar en el ejercicio diario de sus funciones. Para la realización del estudio se buscará literatura relacionada con el tema de investigación por medio de fuentes primarias y secundarias; así como la aplicación de un cuestionario de preguntas que permita abarcar y cumplir con los objetivos planteados y la relación que pueden existir entre variables.

Además, el estudio será una investigación exploratoria porque permitirá examinar un problema o situación para proporcionar conocimiento o entendimiento de variables y relaciones fundamentales para mayor análisis.

Para la realización de la investigación se utilizará el cuestionario en la que se obtendrá información básica de los encuestados, así como preguntas abiertas, cerradas y mixtas con algunas posibilidades para que el encuestado pueda ampliar las respuestas. El cuestionario se aplicará como mínimo a 50 personas, en su mayoría profesionales que laboren para el sector público o privado, aunque se le dio la oportunidad de contestar a estudiantes. Para la aplicación del cuestionario se utilizarán herramientas disponibles en Internet y consta de 18 preguntas.

La encuesta se realizó entre el 24 y 28 de agosto del 2012, por medio de la herramienta de Internet Instat.ly.com y los encuestados fueron seleccionados a conveniencia, dada las limitaciones de tiempo y a la disponibilidad de los encuestados. En el anexo 1, se adjunta el cuestionario utilizado para esta investigación.

Alcance y limitaciones

El presente artículo corresponde a un estudio basado en los aspectos éticos en el ejercicio de la profesión, por lo que el cumplimiento de los objetivos y alcance del proyecto se irá definiendo con base en la disponibilidad de la información y de la facilidad o dificultad de obtenerla en el período establecido para la realización de la investigación que

comprende: planeación, desarrollo, obtención de información, procesamiento de los datos y conclusiones.

Una limitación corresponde al factor tiempo, ya que, abarca un lapso de nueve semanas. Otro aspecto es la selección de la muestra, dado que se debió de seleccionar a conveniencia del investigador para poder obtener la información en el menor tiempo posible.

Aunque existe mucha bibliografía disponible sobre la ética, se determinó que existen muy pocas fuentes de información sobre la permisibilidad de la ética como una ventaja competitiva.

Análisis de los resultados de la investigación

El total de participantes que aplicaron la encuesta fue de 110 personas del cual 45 no finalizaron la encuesta, por lo que no se consideró dentro el análisis de los resultados; sin embargo, se lograron obtener 65 encuestas que sobrepasa la meta mínima de 50 encuestas. La encuesta no fue aplicada a ninguna empresa en específico, o población en particular, sino fue general a personas dispuestas a colaborar con la investigación, cuyo propósito principal es obtener la percepción, conocimiento y criterio de los encuestados con respecto al planteamiento realizado.

De total de personas encuestadas, se determinó que el 48% son mujeres y el resto hombres, cuyo rango de edad de la mayor parte de los encuestados oscila entre los 31 a los 40 años, que representó del total un 71%, tal y como se muestra en la Figura N°1. La edad de los encuestados permite obtener criterios u opiniones sobre el tema favorables para el estudio, dado el grado de madurez y experiencia que se tiene a esas edades.

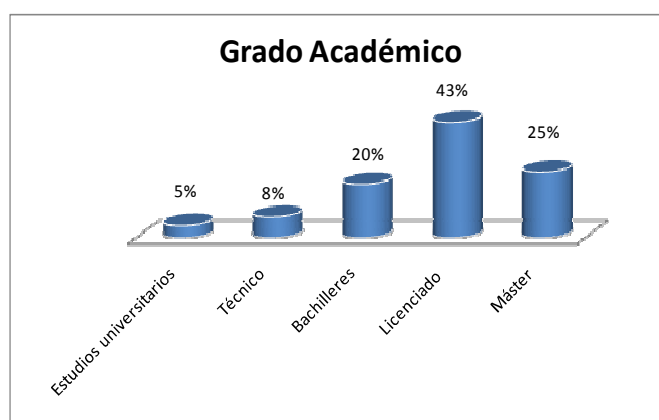
Figura N°1 Rango de edades

Rango de edades	Encuestados	%
20 a 30	13	20%
31 a 40	46	71%
41 a 50	6	9%
Total	65	100%

Fuente: Elaborado por el investigador con datos obtenidos de la encuesta aplicada en agosto 2012, a través de <https://www.instant.ly/survey/my>

Por otra parte, de las 65 personas encuestadas se investigó el grado de escolaridad o grado académico obtenido, en la que se determinó que el 43% son licenciados, un 25% tiene un postgrado de maestría y el 20% son bachilleres, según se muestra en la Figura N2.

Figura N2 Grado Académico

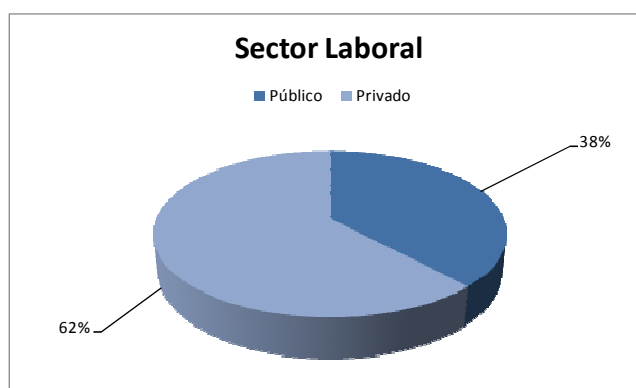


Fuente: Elaborado por el investigador con datos obtenidos de la encuesta aplicada en agosto 2012, a través de <https://www.instant.ly/survey/my>

Esta información es relevante para el análisis de los resultados, pues el 87% de los encuestados cumplieron con programas universitarios, lo que representa que hayan tenido que conocer y respetar los códigos de éticas que todas las universidades exigen se cumplan durante el desarrollo de sus carreras.

Con el propósito de conocer el sector para el que labora se consultó si se encuentran trabajando en el sector público o privado y según se muestra en la Figura N3. Se determinó que el 62% se encuentra en el sector privado.

Figura N°3 Sector Laboral



Fuente: Elaborado por el investigador con datos obtenidos de la encuesta aplicada en agosto 2012, a través de <https://www.instant.ly/survey/my>

Asimismo, se les preguntó ¿Si la empresa donde laboran existe un código de ética?, obteniendo un 90% de las respuestas que fueron afirmativas, mientras que un 5% indicó que no y el resto desconocía al respecto.

Una vez que se conocieron los aspectos generales de la muestra, se procedió a realizar la siguiente pregunta ¿Conoce el concepto de ética?, para lo que la totalidad de los encuestados afirmaron conocer el significado.

Asimismo, se solicitó explicar el concepto de ética de acuerdo con sus conocimientos. Para tales efectos, se muestran algunas de las respuestas más representativas que pueden contribuir con la presente investigación.

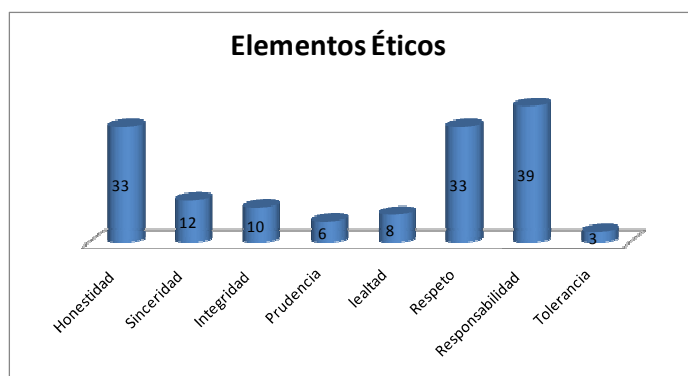
- *Pretende determinar una conducta ideal del ser humano, ser correcto en su forma de actuar.*
- *Consiste en que las actuaciones del ser humano se ajusten a aspectos de orden público, de moralidad y de buenas costumbres.*
- *Es una rama de la filosofía que se encarga de estudiar las capacidades de los individuos para realizar acciones y pensamientos superiores, que lo coloquen dentro de un comportamiento adecuado.*
- *Normas y valores que se deben de tener y seguir, tanto en el ámbito profesional como en el personal.*

- *Actuar conforme a las leyes, la moral, el sentido común y el respeto al prójimo, al medio ambiente y a la sociedad en general, buscando la utilidad sin sacrificar el bienestar de los trabajadores, el medio ambiente y la economía nacional.*
- *La ética se encarga del comportamiento, conducta y actuar del ser humano en todos los ámbitos de la vida, tanto personal como social, está ligado a valores, juicio, moral entre otros.*
- *Tiene que ver con los actos que realiza el ser humano de forma consciente y libre, los controla de manera racional, ya que, hay capacidad de diferenciar el bien y el mal y se relaciona con la moral de los actos.*

En resumen, los encuestados entienden que la ética es mantener una conducta correcta en todos los ámbitos de la vida, es decir: la familia, la profesión, el trabajo, en los negocios y que para poder desarrollar un buen comportamiento de nuestra conducta se requiere de principios y valores.

Con el propósito de identificar los elementos éticos que los profesionales y las empresas deben mantener, se les solicitó a los encuestados indicar al menos cinco elementos de manera abierta, que para efectos del estudio fueron procesados y se muestran los resultados a continuación.

Figura N°4 Elementos Éticos



Fuente: Elaborado por el investigador con datos obtenidos de la encuesta aplicada en agosto 2012, a través de <https://www.instant.ly/survey/my>

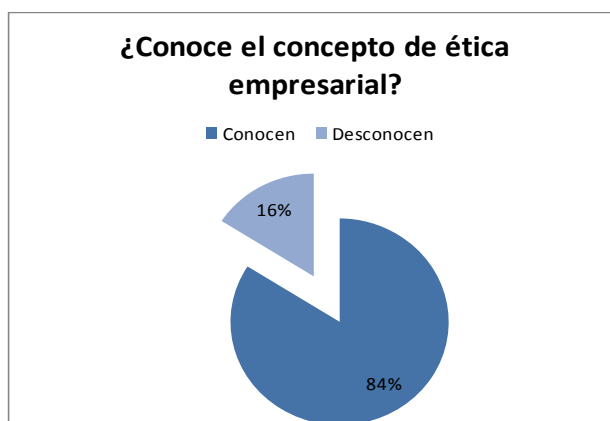
De la muestra obtenida se puede determinar que uno de los elementos más importantes para los encuestados es la responsabilidad, que representa de la muestra un 60%. Los otros dos elementos identificados en la muestra son la honestidad y al respecto,

en la que el 51% de los encuestados indicaron. No obstante, hay otros elementos que son importantes, tales como: la sinceridad, la integridad, la lealtad, la prudencia y la tolerancia.

Por otra parte, se abarcaron otras consultas de interés del investigador para conocer el nivel de importancia de mantener un comportamiento ético en la profesión y en los negocios, en la que se determinó que para el 96% de los encuestados es alta, mientras que sólo un 4% lo considera con un nivel de importancia media.

Anteriormente, se indicó que el 100% de los encuestados mencionaron conocer el significado de la ética, sin embargo, al consultarles si conocían el concepto de ética empresarial, los resultados fueron los siguientes:

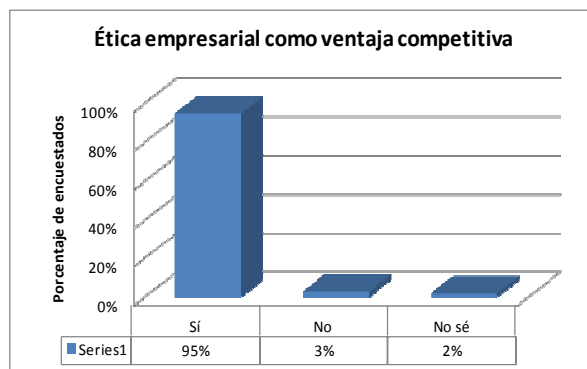
Figura N°5 Concepto de Ética empresarial



Fuente: Elaborado por el investigador con datos obtenidos de la encuesta aplicada en agosto 2012, a través de <https://www.instant.ly/survey/my>

Posteriormente, se consultó: ¿Considera que la ética en las empresas representa una ventaja competitiva? La respuesta obtenida muestra resultados interesantes, de acuerdo con la Figura N°6.

Figura N°6 ¿Considera que la ética en las empresas representa una ventaja competitiva?

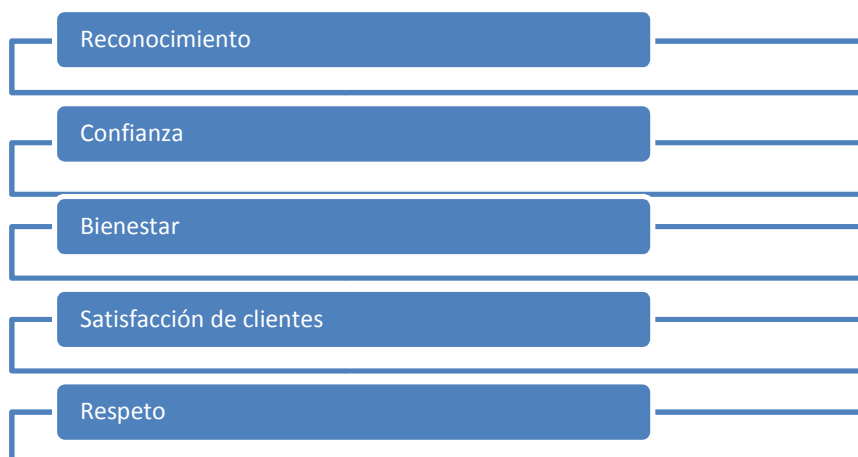


Fuente: Elaborado por el investigador con datos obtenidos de la encuesta aplicada en agosto 2012, a través de <https://www.instant.ly/survey/my>

Si bien el 16% manifestó desconocer el concepto de ética empresarial, sólo un 5% indicó que no o que no sabe, mientras que el 95% sí está de acuerdo que la ética en las empresas representa una ventaja competitiva y este resultado se obtiene, puesto que las personas asocian de los elementos éticos identificados que también pueden aplicar para las empresas.

Con el resultado obtenido se procedió a preguntar a las personas encuestadas, las ventajas que identifican de aplicar un comportamiento ético en la vida profesional y en los negocios. Esta pregunta fue abierta para poder otorgarles a las personas la oportunidad de manifestar sus criterios libremente, por lo que se procedió a identificar las ventajas más relevantes y tabularlas de tal forma que fueran identificables.

Figura N7 Ventajas de un comportamiento ético



Fuente: Elaborado por el investigador con datos obtenidos de la encuesta aplicada en agosto 2012, a través de <https://www.instant.ly/survey/my>

El reconocimiento fue una de las ventajas más relevantes, pues consideran que las personas que mantienen un comportamiento ético pueden llegar a tener ascensos y mayores oportunidades laborales. El buen prestigio del profesional lo convierte en líder positivo y un modelo a seguir para quienes se encuentran a su alrededor. Por otra parte, las empresas que hacen sus labores correctamente tienen reconocimiento de mercado, mejor imagen corporativa, brindan estabilidad laboral y pueden contribuir al logro de las metas.

La confianza es una ventaja importante dentro las respuestas obtenidas, pues un profesional ético se le considera en la toma de decisiones y en momentos difíciles. Otro aspecto para las empresas es la confianza que le otorgan los clientes a sus productos o servicios, cuando conocen que las empresas trabajan de manera correcta con sus empleados, la comunidad y el medio ambiente.

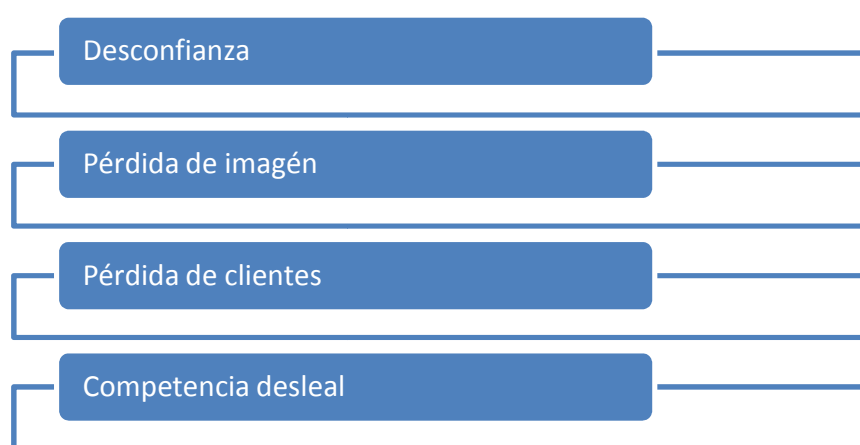
El bienestar lo relacionan con la satisfacción de saber que sus labores se realizan de manera correcta y que en el futuro los beneficios en la vida profesional van a ser buenos. Para las empresa el bienestar se dan cuando se aumentan las posibilidades de negocios, ambiente laboral sano y se evitan los riesgos jurídicos derivados de una incorrecta decisión.

Las otras dos ventajas resultantes de la investigación son la satisfacción de los clientes que permite que los mismos siempre regresen por productos o servicios, o bien,

que sean referidos generando nuevos clientes. Por otra parte, se tiene el respeto relacionado con las relaciones interpersonales, para poder emitir un criterio libre y no permitir ser persuadido.

También se les solicitó indicara las desventajas de no mantener un comportamiento ético en el ejercicio de la profesión y de los negocios, para lo que se obtuvieron los siguientes datos.

Figura N°8 Desventajas de un comportamiento no ético



Fuente: Elaborado por el investigador con datos obtenidos de la encuesta aplicada en agosto 2012, a través de <https://www.instant.ly/survey/my>

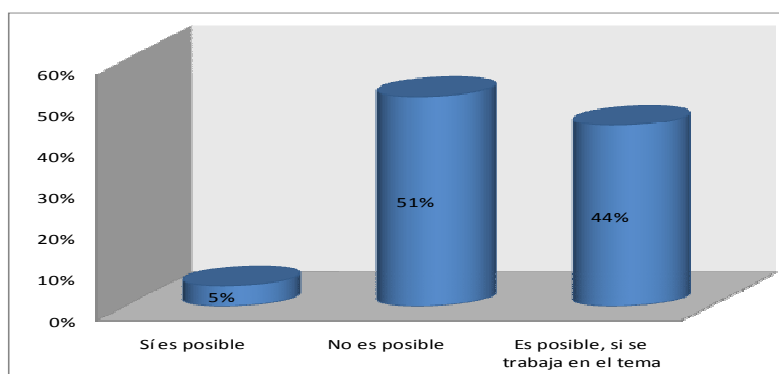
La mayor parte de los encuestados manifestó que una de las principales desventajas es la desconfianza, puesto que no se puede confiar en los productos o servicios brindados por una empresa o por un profesional que no se conduce correctamente. También, lo relacionaron al sentimiento de compañerismo, cuando alguno hace lo incorrecto y se menciona que este tipo eventos anti éticos afecta el trabajo en equipo.

La pérdida de imagen es otra desventaja mencionada en las respuestas de los encuestados, lo cual es un elemento a considerar, pues los profesionales y las empresas surgen a través de un buen concepto de los clientes o de las personas que interactúan con los profesionales y cuando la buena imagen se pierde, el efecto directo se traduce en pérdida de mercado o de clientes, que es otra desventaja identificada y recuperar una buena imagen no es un trabajo fácil ni sencillo y en muchos casos no se logra revertir el daño.

Por último, otra desventaja de un comportamiento no ético es la competencia desleal o ilícita, pues esto representa que no se respetan las reglas de juego del mercado fijadas por las leyes, reglamentos o normas dictadas para las relaciones mercantiles o desarrollo de las profesiones. Los daños generados de la competencia desleal son altos, pues distorsiona el mercado, afecta a los consumidores y a las personas que laboran para las empresas, por lo que la sociedad en general se ve perjudicada.

Con el propósito de conocer sobre la percepción de la ética en los encuestados, se procedió con la siguiente pregunta: ¿Considera importante para la continuidad de la empresa donde labora mantener un comportamiento ético?, la respuesta mostró que un 98% de las respuestas, sí considera importante el comportamiento ético para que las empresas donde laboran se mantenga en operación, pero para efectos de ampliar lo indicado en el párrafo anterior, se abordó la siguiente pregunta: ¿Considera posible que una empresa mantenga un comportamiento ético si sus colaboradores valores y principios contrarios a los que pregonan la empresa? Las respuestas a esta pregunta, se muestran en la Figura N⁹.

Figura N⁹ ¿Considera posible que una empresa mantenga un comportamiento ético si sus colaboradores valores y principios contrarios a los que pregonan la empresa?



El 51% de los encuestados contestó que no es posible, mientras que el 44% manifiesta que es posible en el tanto que las empresas e instituciones públicas trabajen en ello y sólo un 5% indica que sí es posible. Estas respuestas muestran que las empresas e instituciones públicas pueden tener una gran importancia e influencia sobre sus colaboradores y que pueden adecuar su conducta si se trabaja en ello. Bajo este mismo contexto se planteó la siguiente consulta: ¿Considera que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) debe considerar los valores y principios éticos?, la respuesta

dio a conocer que el 98% está de acuerdo en que si se deben considerar los valores y principios éticos en la RSE.

También se consultó: ¿Es responsabilidad de las empresas privadas e instituciones gubernamentales, reforzar los valores y principios éticos de sus colaboradores?, por lo que el 98% manifiesta que sí.

Estos datos muestran que la responsabilidad de la empresa en la sociedad es importante y debe ser activa y preventiva, pues muchas situaciones que atentan contra las buenas costumbres, pueden evitarse si damos un espacio para mostrar su relevancia en nuestras vidas, empresas y en la sociedad en general.

Finalmente, se preguntó: ¿La falta de ética en el ejercicio de las actividades profesionales y empresariales, perjudica la imagen y la competitividad de Costa Rica?, las respuestas obtenidas muestran resultados similares a las últimas consultas realizadas, pues el 96% manifiesta que sí afecta.

Conclusiones

El tema de la ética empresarial ha cobrado gran relevancia en nuestros días, no solo por las noticias, las investigaciones, los libros, los artículos y las revistas especializadas sobre el tema, sino por la realidad económica y empresarial que se indica en los medios de comunicación. En el ámbito político como económico, los noticieros nos mantienen informados de los fraudes, sobornos, corrupción, privilegios, competencia desleal, estafas, etc., lo que ha generado una preocupación a nivel nacional y mundial, pues estos hechos muestran el deterioro de la sociedad donde el individualismo y egocentrismo de unos pocos afectan la colectividad y el bienestar de la humanidad.

Toda decisión empresarial tiene siempre un componente ético, porque en último término afecta a las personas y dependiendo de su magnitud y sus consecuencias sobre la sociedad puede ser percibida sin dificultad, pero existen otras situaciones en nuestras vidas y en el ejercicio diario de la profesión, por ejemplo: un servicio mal otorgado, un cobro indebido, una omisión entre otros.

La ética es un intangible que agrega valor, pero no en lo económico, sino porque mejora la calidad del ser humano y por ende, de las empresas al generar una cultura

ética. Las empresas por su parte deben establecer mecanismos adecuados para que las decisiones que se tomen sean de forma objetiva y racional.

En el presente estudio se determinó que la muestra obtenida tiene conocimiento de concepto de ética, puesto que la mayor parte tuvo estudios universitarios concentrados en licenciados y máster, adicionalmente el total de la muestra se encuentra laborando principalmente para el sector privado. Estas variables permitieron obtener el conocimiento de los encuestados sobre la ética y la interpretación que le dan a este término en generales “hacer lo correcto en todos los ámbitos de una persona”, por supuesto este concepto es relacionado con otros términos tales como: principios, valores, normas y leyes que sirven para regular el comportamiento humano.

A partir del estudio se pudo determinar que los elementos éticos que los profesionales y las empresas deben tener son: la responsabilidad, el respeto, la honestidad y la sinceridad, aunque también se mencionan otros indicados en los resultados.

Otro aspecto relevante es que solo un cuarto de la muestra desconoce el concepto de ética empresarial, aunque la mayor parte de los encuestados coincide que este término sí representa una ventaja competitiva, pues identifica los elementos éticos de las personas en las empresas, pues estas son manejadas por personas. Esto se reafirma al determinar que poco más de la mitad de la muestra no considera que las empresas puedan mantener un comportamiento ético si sus colaboradores actúan de manera incorrecta y sí es posible en el tanto las empresas trabajen en el tema.

Se identificaron las ventajas de un comportamiento ético entre las que se destacan: el reconocimiento, confianza, bienestar, satisfacción de clientes y respeto. Entre las desventajas se mencionaron: desconfianza, pérdida de imagen, de clientes y competencia desleal. El costo para un profesional o empresa de no mantener un comportamiento ético es alto, puesto que puede reducir la participación de mercado, el reconocimiento o pérdida de imagen y los resultados económicos al perder clientes.

Finalmente, se determinó que la participación de las empresas e instituciones es importante al poder influir sobre la conducta de sus empleados, manteniendo una importancia alta sobre los aspectos éticos y adhiriendo los principios y valores éticos a los programas de Responsabilidad Social Empresarial. De esta manera se puede tener un

entorno más sano a lo interno y externo de las empresas, mayor probabilidad de continuidad de los negocios y bienestar para el país en general.

Es importante que los aspectos éticos se retomen en cada una de las etapas de la vida, pues como se indicó anteriormente, mejora la calidad de vida de las personas y contribuye a una mejor sociedad. Cada actor de la sociedad dentro de la formación de un individuo debe contribuir al comportamiento ético a través de su vida y por actores entiéndase: la familia, la escuela, el colegio, las universidades, los grupos religiosos y las empresas. Estas últimas puede establecer largos períodos de relación con un individuo donde recíprocamente se buscará obtener lo mejor de cada uno, donde la obligación de la empresa será contribuir al bienestar del individuo y simultáneamente cada individuo deberá colaborar en las metas de la empresa y de su continuidad.

Bibliografía

- J.M. Elegido (1998). Fundamentos de Ética de Empresa. México Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE)
- Martínez, H (2005). El marco ético de la responsabilidad social empresarial. Colombia. Pontificia Universal Javeriana
- Muñoz, R. y Nevado, D (2007). El Desarrollo de las organizaciones del siglo XXI. Madrid. Especial Directivos.
- Navarro, F (2012). Responsabilidad Social Corporativa. Madrid. Esic Editorial
- Reyno, M (2007). Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva. Chile. Universidad de Valparaíso

Internet

- De Gerencia.com (2009). Ética, Ética Empresarial y Responsabilidad Social. Socorro, F (2009). Recuperado el 24 de julio del 2012. <http://www.degerencia.com>
- El Financiero.com (2004). Empresas del siglo XIX: Ética empresarial. Recuperado el 24 de julio del 2012 de <http://www.elfinancierocr.com>.
- El Financiero.com (2003). La ética empresarial está de moda. Recuperado el 24 de julio del 2012 de <http://www.elfinancierocr.com>.

Anexo N°1 Cuestionario de Investigación

Parte I.

1. Género: ___M ___ F
2. Edad: _____
3. Grado académico:

___ estudiante universitario
___ Bachiller
___ Licenciado
___ Máster
___ Técnico

4. Labora para:

___ Sector Público
___ Sector Privado

Parte II

1. ¿Conoce el concepto de ética?: ___ Sí ___ No
2. ¿Qué significa para usted el término de ética?
3. Indique 5 elementos éticos que todo profesional debe considerar en el ejercicio diario de la profesión:
 - 1) _____
 - 2) _____
 - 3) _____
 - 4) _____
 - 5) _____
4. Mantener un comportamiento ético en su profesión y en los negocios, tiene el siguiente nivel de importancia:
 - 1) Alta
 - 2) Media
 - 3) Baja
 - 4) Ninguna
5. Conoce el concepto de ética empresarial: ___ Sí ___ No
6. Considera que la ética en las empresas representa una ventaja competitiva:
 - 1) No representa una ventaja competitiva
 - 2) Sí representa una ventaja competitiva
 - 3) No sé

Parte III

1. Indique tres ventajas de mantener un comportamiento ético en la vida profesional y en los negocios:
 - 1) _____
 - 2) _____
 - 3) _____

2. Indique tres desventajas de no mantener un comportamiento ético en la vida profesional y en los negocios:

- 4) _____
- 5) _____
- 6) _____

3. ¿En la empresa donde usted labora existe un código de ética?: Sí No

4. Considera importante para la continuidad de la empresa donde labora mantener un comportamiento ético:

- Muy importante
- Poco importante

Parte IV

1. Conoce el concepto de Responsabilidad Social Empresarial: Sí No

2. Considera que la Responsabilidad Social Empresarial debe contemplar los elementos éticos por lo que las personas deben de regirse: Sí No

3. Considera posible que una empresa mantenga un comportamiento ético si sus colaboradores tiene valores contrarios a los que pregonan la empresa.

- 1) No es posible
- 2) Si es posible
- 3) Es posible, si la empresa trabaja en el tema.

4. ¿Es responsabilidad de las empresas privadas e instituciones del gobierno, reforzar los valores y principios éticos de sus colaboradores?

5. ¿Considera que la falta de ética en el ejercicio de las actividades profesionales y empresariales, perjudica la imagen y la competitividad de Costa Rica?