

BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES EN EL ECUADOR. AÑO 2021

Good business practices in Ecuador. Year 2021

MÓNICA ABENDAÑO RAMÍREZ¹, NELLY GUAMÁN GUADALIMA², ELIZA VAYAS RUIZ²

¹Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

²Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

KEYWORDS

Ethics
Organizations
Ecuador
Ethical practice
Ethical culture
Survey
Merco

ABSTRACT

To know the good ethical practices, an exploratory-descriptive study was carried out, based on a mixed approach methodology, divided into two stages. In the first of a qualitative nature, an in-depth interview was applied, and in the second, the data collection instrument was proposed: the survey. The population under study was defined, according to the Merco ranking (Business Monitor of Corporate Reputation), considering an intentional sample of 20 companies in Ecuador. The conclusions corroborated that the values in the context of the organization are the basis of the organizational culture, which guide their actions.

PALABRAS CLAVE

Ética
Organizaciones
Ecuador
Prácticas éticas
Cultura ética
Encuesta
Merco

RESUMEN

Para conocer las buenas prácticas éticas, se realizó un estudio exploratorio-descriptivo, basado en una metodología de enfoque mixto, dividida en dos etapas. En la primera de carácter cualitativo se aplicó una entrevista a profundidad, y en la segunda se planteó el instrumento de recolección de datos: la encuesta. Se definió la población objeto de estudio, de acuerdo con el ranking Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), considerando una muestra intencional de 20 empresas de Ecuador. Las conclusiones corroboraron que los valores en el contexto de la organización son la base de la cultura organizacional, que guían su actuar.

Recibido: 21/ 04 / 2022

Aceptado: 27/ 06 / 2022

1. Introducción

Las reflexiones que se han hecho sobre la ética han evolucionado desde los años sesenta, esto se ha ajustado a la reivindicación de la necesidad existente de que las palabras se conviertan en hechos. “Esta necesidad de institucionalizar y hacer operativa toda esa reflexión en la praxis empresarial se concretó principalmente en el desarrollo de códigos éticos y otros documentos de autocontrol” (Soto Pineda, & Cárdenas Marroquín, 2007, p. 1). Estas acciones se han venido instaurando con el objetivo de que las personas en el desarrollo de sus actividades laborales tengan una mejor actuación ética, lo que recae en establecer una cultura corporativa que sea coherente, así como una legitimación en las sociedades. En este sentido es necesario:

[...] que una persona tenga una buena ética y moral es fundamental para un negocio, la falta de ellas repercute invariablemente en la economía de este. Pues la ausencia de estas genera incredulidad para los usuarios, clientes, proveedores, autoridad, etc. Se genera un ambiente de desacuerdo y desaprobación el cual invariablemente repercute en la situación financiera de cualquier ente (Lozano Romero, & García García, 2019, p, 113).

Es primordial indicar que, dentro de un mundo que evoluciona a un ritmo vertiginoso, en donde los cambios en las sociedades se generan a diario y en donde el ser humano sigue siendo el eje central de estos, la ética debe ser uno de los pilares que guíen el accionar y la toma de decisiones en cada contexto, con la finalidad de mejorar los niveles y calidad de vida de las personas.

Por otro lado, las empresas que son las productoras de bienes y servicios deben plantearse el desarrollo de sus estrategias desde el accionar ético, con la finalidad de establecer una imagen en los públicos, acorde a la filosofía y a la cultura organizacional que la organización tiene como punto de partida.

En este contexto, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo primordial identificar las buenas prácticas éticas en organizaciones del Ecuador en el año 2021 y conocer la buena gestión frente a las personas (público interno y externo), así como su aplicación en el entorno laboral.

1.1. La ética en las organizaciones

Según la Real Academia de la Lengua Española (s.f), la ética es la parte de la filosofía que trata del bien y del fundamento de sus valores. Para la filósofa Adela Cortina (2005), la ética es un saber que pretende orientar la acción humana de un modo racional en el conjunto de nuestra vida.

Sobre esa base está la ética empresarial, que busca actuar bajo ciertos principios en la toma de decisiones y en acciones concretas, involucrando a sus colaboradores, clientes, proveedores, socios, etc., que, a través de los códigos de ética, elevan el nivel de transparencia de todos sus actores. Se suma otro objetivo, el de fomentar el diálogo institucional para resolver problemas éticos y morales que afectan en la eficacia de las organizaciones, puesto que el bienestar se ve reflejado en la imagen corporativa, en su capacidad de respuesta y competencia profesional.

En la organización, la responsabilidad y el cumplimiento ético no son tarea de una sola persona, departamento o área, puesto que todos son responsables sin importar la función que desempeñen. Entonces desde la alta gerencia se debe promover el sentido de pertenencia con su ejemplo, y asegurándose que llegue a todos los niveles de la organización.

La ética de las organizaciones no solo debe interesar a los directivos o máximos responsables de las diferentes entidades, sino también a los profesionales y a los empleados de base que trabajan en ellas. Aplicar la ética es imprimir una especie de pátina a todos los actos que generan los miembros en nombre de la organización; por lo tanto, es una dimensión más de la gestión social (Pelegrí Viaña, 2013, p. 140).

El artículo 83, literal 12 de la Constitución de la República del Ecuador (2008), llama a ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética, lo que determina el accionar de las organizaciones que contribuyen al desarrollo económico y sostenible, asumiendo la responsabilidad de impulsar los derechos humanos, los estándares laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción.

Bajo estos alineamientos, la ética se ocupa de las políticas del buen gobierno, la transparencia, la responsabilidad social, la comunicación interna y de la calidad de los productos y servicios. Se involucra en la misión y visión, en los códigos de valores o de conducta, en el clima laboral, etc. De la puesta en acción de todo lo descrito, resultan las buenas prácticas éticas que se consolidan en el día a día de las organizaciones.

1.2. Tendencias de la ética en las organizaciones

Las distintas situaciones que enfrentan las organizaciones en la actualidad dan como resultado las nuevas tendencias en la administración y sus procesos, y entre ellas la aplicación de la ética.

Está claro que la ética no es un recurso material o económico, pero si es un recurso para cambiar las prácticas y hábitos laborales que repercuten en una mayor productividad y eficiencia, dando como resultado mayores ventas

y una mejor rentabilidad. Por tanto, invertir en la ética es invertir en una nueva manera de pensar la estructura organizacional, concebida como una filosofía de vida.

Las tendencias se enfocan y relacionan directamente con el mundo de los negocios y su repercusión en la sociedad, de la mano con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en especial con el ODS 16: “Paz, justicia e instituciones sólidas. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles” (Naciones Unidas, 2015, párr. 1).

Con este referente, se contempla la ética individual, en donde cada persona es responsable de sus actos y decisiones, y que se enfoca hacia el liderazgo y buen ejercicio de la tarea profesional. El caso de los colaboradores que, con su función y compromiso, responden a los objetivos de la empresa para la que trabajan.

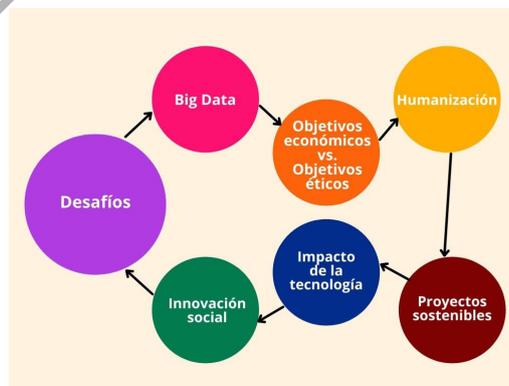
Y la ética organizativa, la que considera a la empresa como ciudadana, con su papel social. Un ejemplo de ello, la ética como fundamento de la responsabilidad social, cuyas acciones van más allá de lo que exige la ley, de manera que quienes realizan actividades socialmente responsables actúan con un profundo sentido ético, reafirmando su compromiso con el ODS 16, Paz, Justicia e Instituciones Sólidas: “Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles” (s/f).

Tras esta actuación, la ética da vida a proyectos transformadores, promoviendo los valores de la sustentabilidad, el diálogo, la identidad, la transparencia, la legitimidad, la gobernabilidad, etc., sumando transversalmente los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En el 2021, CERES, la Corporación Ecuatoriana para la Responsabilidad Social & Sostenibilidad, con el aval del CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía), entregó el Distintivo ESR® Empresa Socialmente Responsable, a aquellas empresas que han evidenciado su compromiso con la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible del Ecuador, a través de un proceso exhaustivo de evaluación cualitativa y cuantitativa en ámbitos tales como: ética empresarial, calidad de vida en la empresa, vinculación con la comunidad y medio ambiente. Entre las organizaciones destacadas están: Corporación Favorita C.A., Mutualista y Banco Pichincha, Difare S.A., etc.

Es así como la cultura corporativa, entendida como la puesta en práctica de una serie de valores, es el elemento esencial para garantizar el correcto funcionamiento del sistema empresarial desde el punto de vista ético. Todas las buenas experiencias suman e invitan a plantear desafíos en un contexto de globalización y digitalización, que, con mirada ética, se pueda llegar a posibles soluciones.

Figura 1. Desafíos de la cultura ética empresarial



Fuente: Elaboración propia

Según el estudio realizado por Duque & Abendaño (2021) y con la participación de 18 empresas de gran tamaño del sector industrial del Ecuador, se identificaron estrategias que apuntan a promover valores y una Cultura de Paz dentro de ellas, algunas de ellas se detallan a continuación:

1. Programas de transformación cultural con la finalidad de brindar herramientas estratégicas a los colaboradores para potenciar la cultura de su organización.
2. Campañas de respeto a la diversidad, respetar la diferencia y aceptar la condición sexual creencia religiosa, color de piel, condición económica, capacidades físicas e intelectuales, afiliación política, género, etc.
3. Construcción de organizaciones basadas en valores, promoviendo el trabajo en equipo y la ética profesional.
4. Promoción de valores corporativos que ayuden a conocer en lo que cree y por lo que luchan todas las personas que trabajan dentro de una organización.
5. Promover un trato igualitario y a la no discriminación, como principios básicos de los derechos humanos.
6. Programas para fomentar la armonía familiar a través de una comunicación asertiva y resolución saludable de conflictos por parte de las familias y su repercusión en la vida laboral.
7. Actividades recreativas enfocadas a los colaboradores que les permitan aliviar las responsabilidades laborales.

Este accionar es una manera de responder a la Agenda 2030 que se compone de 17 objetivos, con 169 metas que surgen como “un modelo para una prosperidad compartida en un mundo sostenible: “un mundo en el que todas las personas puedan llevar una vida productiva, vibrante y pacífica en un planeta sano” (Gutierrez, 2019, p. 2).

No se trata, pues, de salir de la lógica de la empresa para ir a la ética (como si la ética fuera una cosa distinta) sino que, sin salir de la lógica empresarial, la empresa necesita ser creíble, necesita ser innovadora y el factor ético es un factor de credibilidad y de innovación (Cortina, & Conill, 1998, p.27-29).

La ética permitirá establecer acciones que fomenten la armonía en las empresas, esto seguido de la comunicación asertiva aportará a la mejora de la productividad de las personas tanto en los ámbitos laborales e individuales.

1.3. La ética y su actuación en la organización

Las organizaciones reconocen los límites sociales y las implicaciones morales detrás de sus propuestas en el mercado, al ofrecer sus productos o servicios, puesto que deben responder a un compromiso ético que viene adherido a su responsabilidad social. Y es aquí donde la comunicación juega su mejor papel, desde implicar a sus colaboradores para repercutir sobre el clima organizacional, sin olvidar además que se trata de personas, quienes merecen un trato ético, hasta el contacto con el exterior: socios, clientes, proveedores, etc., a través de acciones operativas, estratégicas y de notoriedad.

Verónica Gómez, Subgerente de Talento, Clima y Cultura del Grupo Marathon, menciona que:

[...]hoy en día las compañías en general están cada vez más conscientes de la importancia que tiene el capital humano para sus resultados y su permanencia en el mercado, es por esto que la ética se manifiesta desde el mismo proceso de búsqueda de talento, procurando la igualdad de oportunidades y asegurando que el perfil contratado sea coherente con la cultura de la compañía para que exista un buen proceso de ajuste. Luego, iniciado el ciclo de relación con el colaborador, las compañías cuidan al colaborador con diversos programas enfocados en su bienestar. Esta tendencia se acentuará en los próximos meses debido a la coyuntura actual donde cada vez se ha hecho más evidente la importancia del cuidado de la salud personal y física. La Organización Mundial de la Salud (OMS) advierte el riesgo de enfermedades relacionadas al sedentarismo acentuado por la pandemia y otras manifestaciones como la depresión o la ansiedad por el confinamiento, entonces veremos surgir con más fuerza programas orientados a impulsar la actividad física en los colaboradores. Todo esto es parte de la ética empresarial, que ve más allá del momento inmediato hacia el futuro en un rango de plazo medio y largo de su fuerza laboral, las acciones que sembramos hoy, tendrán un eco en la salud a largo plazo de nuestros equipos de trabajo. Todo esto además de los tradicionales programas de capacitación, desarrollo, comunicación cuyo propósito es liberar el talento del colaborador para ponerlo al servicio de la empresa (Gómez, 2022).

Tras esta actuación, la ética da vida a proyectos transformadores, promoviendo los valores de la sustentabilidad, el diálogo, la identidad, la transparencia, la legitimidad, la gobernabilidad, etc., sumando transversalmente los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Una comunicación sostenible se enmarca en el respeto por los derechos de los demás y la integridad moral de las personas y éstas a su vez, ejemplo de conducta intachable, que garantiza su autoridad para comunicar, orientar, y transmitir a través de los medios y canales de comunicación.

2. Objetivo

Identificar las buenas prácticas éticas en organizaciones del Ecuador, en el año 2021, como ejemplo de experiencias que se guían por principios, objetivos y procedimientos apropiados, ajustadas a normativas o lineamientos consensuados, demostrando su eficacia y utilidad en un contexto en particular.

3. Metodología

El presente texto pretende contribuir al estudio del fenómeno conocido como buenas prácticas éticas en las organizaciones en Ecuador, con el propósito de entender cómo se desarrolla el “ser ético empresarial” desde la opinión de las organizaciones. De ahí la importancia que tiene la ética y su práctica por parte de los ejecutivos para promover espacios de diálogo, compromiso y confianza en cada una de las organizaciones.

El método de estudio fue de carácter mixto entre los enfoques cualitativo y cuantitativo de tipo exploratorio-descriptivo; estos enfoques permiten “comprender o transformar la realidad social. A pesar de que cada opción metodológica se sustenta en supuestos diferentes y tiene sus reglas y formas básicas de acción, establecidas y compartidas (...) no son métodos excluyentes, se complementan” (Monje Álvarez, 2011, p. 10).

En la primera etapa de perfil cualitativo, se aplicó entrevistas a profundidad con encuentros entre los investigadores y los informantes. El grupo seleccionado para el efecto estuvo conformado entre cuatro referentes de comunicación corporativa, comunicación interna y cultura ética de Latinoamérica y Europa.

Con esta técnica se recabó información acerca de los códigos, normas, prácticas, importancia y limitaciones de la ética, así como las cuestiones de acciones proyectivas y liderazgo. Una vez recogida la información, se realizó un análisis del discurso con el objeto de identificar unidades de sentido y detallar los argumentos, categorizarlos a través del proceso previo de codificación de las conversaciones que respondían al objetivo de la investigación.

Para la segunda etapa, y en concordancia con los resultados de las entrevistas, se planteó una encuesta de acuerdo con el ranking Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, al ser el monitor de corporativo de referencia en Iberoamérica. Las encuestas fueron aplicadas durante dos meses de manera online a los líderes empresariales (gerentes de recursos humanos) a 22 empresas de mayor jerarquía estructurada, entre las estudiadas se encuentran: Telconet, Arca Continental Ecuador, Corporación Noboa, El ordeño, Grupo Industrial Graiman, Pfizer, Pronaca, Seguros Equinoccial, La Holandesa, Banco de Pichincha, Coral Hipermercados, DirecTV, Metropolitanang Touring, Assa Automotores de la Sierra, Automotores Carlos Larrea, Lácteos San Antonio, Banco de Guayaquil S.A, Primax, Corporación El Rosado, Impeagro, Dipor S.A. y Almacenes Tía, que se encuentran dentro del ranking mencionado, siendo la tipología de muestreo de perfil intencional.

Para el tratamiento y procesamiento de la información se trabajó con el programa de SPSS, para definir la descripción de las variables y la media, los resultados obtenidos permitieron definir el panorama de las buenas prácticas en la estructura empresarial del Ecuador, y como éstas han sido el resultado de las buenas prácticas.

4. Resultados

La aplicación de la encuesta online en la muestra seleccionada permite obtener un perfil representativo de la realidad empresarial a la cual pertenece cada una de las empresas seleccionadas.

Por sector al que pertenece la empresa, el 96% de los encuestados se encuentran dentro del sector privada, frente al 4% que son públicas. Otro de los aspectos generales de las empresas es la región a la que pertenecen, donde el 60% es de la Sierra y el 32% de la Costa. De esta forma solo en un 4% corresponde al oriente y el restante 4% a la Región Insular o Galápagos. La región con más frecuencia es la Sierra y el promedio de las regiones es de (1,80), correspondiente a la media entre las regiones de la Sierra y la Costa. Por último, es destacable el hecho de que un 100% de la muestra tiene un código de ética dentro de sus organizaciones.

4.1. Existencia de buenas prácticas éticas en la organización

Respecto a la existencia de buenas prácticas éticas, se centró el análisis en identificar experiencias de las empresas en este campo, encontrándose acciones como: cumplimiento del orden jurídico y ordenamiento legal en aspectos disciplinarios, la práctica con el ejemplo desde los ejecutivos, la incorporación de sistemas ISO 37001 de gestión anti sobornos en procesos de compras, el acompañamiento a clientes y proveedores, la aplicación de políticas institucionales, la inserción de capital humano de sectores aledaños, práctica de valores como: honradez, confidencialidad, puntualidad, inclusión, transparencia, integridad, justicia, equidad, igualdad, responsabilidad, diversidad, solidaridad, lealtad, inserción demográfica, respeto a los códigos deontológicos empresariales y beneficencia. Además, del reconocimiento del valor humano que representan cada uno de los trabajadores y empleados, validados en su cuidado y buen ambiente de trabajo.

Las buenas prácticas éticas empresariales, según los entrevistados, distinguen que las organizaciones declaran explícitamente en su misión, la honra y reputación y la transparencia, como parte de la responsabilidad corporativa.

4.2. Limitaciones, riesgos e importancia de una práctica ética en oportunidades de negocios

Una de las cuestiones fundamentales del estudio es comprobar si existen *limitaciones* presentadas en las empresas que han condicionado sus oportunidades de negocios. Los datos demuestran que el 84% no consideran que el buen uso de una práctica ética haya limitado sus oportunidades, frente a un 16% que declaran que si les ha restringido oportunidades de negocios. Respecto a los riesgos que han existido en la organización donde las normas éticas se han visto involucradas. Los empresarios afirman que si han presentado *riesgos* en un 60% frente a un 40% que no han experimentado ninguno. Con relación a la importancia de la ética en la construcción de un ambiente laboral, existió una constante del 100% al considerarlo significativo para el desarrollo empresarial.

En las entrevistas los empresarios distinguen la oportunidad de mantener una tranquilidad moral para favorecer la rentabilidad económica, convirtiendo a las empresas en más beneficiosas y sólidas. La ética en la empresa no debe ser considerada como una fórmula restrictiva, reactiva o correctiva; sino como líneas de compromiso y sentido de pertenencia que no limite sus oportunidades y actuaciones en la posibilidad de construir una filosofía sólida institucional.

Los expertos consideran que es importante un clima ético para minimizar el impacto de las relaciones tóxicas laborales. La presencia de la ética como un llamado de vocación y no imposición, nos invita a vivir la virtud en todos los ámbitos de la vida laboral y personal.

4.3 Experiencias de normas morales organizacionales

En asuntos relacionados a las normas morales y su práctica en las organizaciones, se encontró que en más de la mitad de las empresas estudiadas identificaron los valores como: el respeto, la lealtad, responsabilidad, diversidad, confidencialidad, equidad, justicia, empatía, honradez, transparencia, integridad y disciplina como los principales valores que regentan sus organizaciones. Además de ciertas normas que se encuentran gobernadas en códigos de conducta de auditoría de comercio ético para los miembros de Sedex (SMETA), (URSA), códigos de ética y corporativos, valores institucionales, manuales de operaciones y reglamentos internos de trabajo.

La decisión de implementar normas éticas en las organizaciones, según los entrevistados, se enmarca en la creación de programas de integridad empresarial, donde se enuncie normas mínimas que la empresa debe promover, como: cultura organizacional de desarrollo autónomo e individual que se evidencien en el ser social y empresarial.

4.4. Ética en el comportamiento organizacional

En cuanto a la presencia de los códigos de ética en las organizaciones, los entrevistados consideran que es necesario y aceptable la presencia de lineamientos que conduzcan a las empresas hacia la toma de decisiones, tanto a nivel interno como externo. Estos lineamientos permitirán una autorregulación de las acciones que ejecuta cada colaborador. A su vez, es necesario indicar que, un manejo adecuado de un código deontológico en la organización se convierte en paraguas, que dinamiza la actuación, es decir el comportamiento, y garantiza la preservación de la reputación empresarial.

4.5. El futuro organizacional desde la visión ética

Si no se aplican normas éticas en el futuro, las organizaciones pueden estar expuestas a que se guíen por intereses particulares, así como a conflictos de intereses; esto puede evitar que la empresa no vea con claridad los fines por los que fue creada.

Aunque también es necesario indicar que existe una contrariedad, ya que, de acuerdo con los entrevistados, las empresas se mantienen en el mercado sin ser éticas debido a las prácticas erróneas que estas han aplicado y así mantenerse a flote. Sin embargo, si una empresa no es ética, esto se puede ver reflejado en el bajo nivel de credibilidad y confianza que sus públicos depositen.

4.6 El liderazgo y las buenas prácticas éticas

En las organizaciones, los líderes, quienes son la cabeza principal de una empresa, siempre estarán expuestos a la vigilancia de sus acciones, pero a su vez la ética debería estar en su accionar, ya que las características de un líder según los entrevistados se deben enmarcar en la excelencia, pulcritud e integridad, lo que les permitirá ser gestores de cambio en las empresas de las que están a cargo.

Los líderes deben ser quienes propicien la construcción de códigos éticos, los mismos permitirán generar una guía para fortalecer las actuaciones de los públicos internos, así como el ámbito ético de las organizaciones. Esta construcción de códigos éticos también puede ser vista como una forma de autorregulación de las actividades, que como se mencionó en el párrafo anterior, la ética debe ser parte de cada persona, pero a su vez la autorregulación permite afianzar el desarrollo ético en ellas.

5. Discusión

La ética en las organizaciones debe ser vista como uno de los pilares fundamentales que guía el accionar de las empresas y para que puedan mantener su desarrollo es necesario que estas busquen el bienestar común, evitando que los intereses personales se sobrepongan de los intereses organizacionales. Esto se relaciona con lo que Calvo (2014) estableció en su estudio "Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos":

[...] la función social que puede jugar la ética en todo contexto de interacción humana, incluso el económico. Buena prueba de ello es, precisamente, los bienes comunicativos. Recursos necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa u organización económica que, como la confianza, la reputación o la reciprocidad, mantienen una estructura comunicativa que exige la satisfacción de aquellas expectativas e intereses universalizables (Calvo, 2014. p. 228-229).

La investigación desarrollada al igual que el estudio de Calvo (2014), establece un punto en común que guarda relación con que la ética apoya al correcto funcionamiento de la empresa.

Otro de los puntos que se establece es que las acciones éticas que realiza una empresa pueden mantener su reputación y buena imagen que proyecta hacia sus públicos, ya que como se mencionó en apartados anteriores, un manejo adecuado de un código deontológico en la organización se convierte en paraguas ético que dinamizan la actuación y garantizan la preservación de la reputación empresarial. Esto se apoya en otro de los estudios realizados por Muñoz Martín (2013) que indica que "las empresas generan expectativas en los grupos de interés con los que interactúan, que si son legítimas no deben defraudar" (p. 86). Sin duda, la ética en las empresas

fortalece cada uno de los pilares en los que se sostienen, esto debido a que, al guiarse por normativas, códigos, políticas, se fortalece su desarrollo.

Por otro lado, uno de los resultados tiene relación con el hecho de que, si no se aplican normas éticas en el futuro, las organizaciones pueden estar expuestas a que estas se guíen por intereses particulares, así como a conflictos de intereses. Deloitte (2020) en el estudio denominado "Tendencias Globales de Capital Humano" indica:

El 8% de los encuestados de este año, cree que el futuro del trabajo plantea desafíos éticos, pero solo el 27% cuenta con políticas claras y líderes definidos para gestionarlos. Asimismo, la gestión de la ética relacionada con el futuro del trabajo está creciendo en importancia: más de la mitad de nuestros encuestados dijo que era el principal o uno de los principales problemas que enfrentan las organizaciones hoy en día, y el 66% señaló que lo será en los próximos tres años (p. 99).

De lo mencionado por Deloitte (2020) y los resultados obtenidos en esta investigación, también estos resultados son congruentes con lo que Abenoza (2017) en su tesis doctoral titulada "la ética en la empresa: entre el deber y la realidad" indica que para que exista un futuro y que las empresas sean responsables, es decir, sean ciudadanas, se debe formar a quienes fungirán como directivos en conocimientos y habilidades habitadas para el diálogo.

6. Conclusiones

Los valores son el pilar fundamental de la cultura organizacional, ya que las convicciones éticas forman cada parte de ella, lo que además les permitirá contar con una guía en su accionar, evitando a largo plazo que las empresas pierdan su horizonte y generen un mayor nivel de credibilidad en sus públicos, lo que puede afianzar las relaciones tanto en los públicos internos, así como en los públicos externos.

El 84% de las empresas consideran que el buen uso de la ética no ha limitado las oportunidades, pero también se establece en un 100% que la ética apoya a la construcción de un clima laboral en el que se permite el desarrollo del personal y de la empresa. En este sentido, la ética fortalecerá los espacios de encuentro entre la empresa y sus públicos de manera significativa, que permitan afianzar la imagen que mediante las acciones que realizan transmiten a sus públicos objetivos. La ética debe estar presente en el accionar, esto evitará que a futuro la imagen que busca proyectar en un lugar o contexto determinado tenga relación con la idea que un público tenga sobre la organización.

Los principales valores que regentan el accionar de las organizaciones son: la lealtad, el respeto, la confidencialidad, la justicia, la empatía y la honradez. Cada uno de estos valores también ayudará a fortalecer la percepción que se genera en los públicos, debido a que una empresa que es leal a sus clientes se reflejará en la reciprocidad que sus públicos le brinden, ya que los valores que se practican pueden reforzar la imagen de marca. Es de menester establecer que los valores se reflejan en la identidad, filosofía individual y colectiva, la cultura organizacional, lo que se ajusta a la par con los códigos corporativos, los valores institucionales, manuales y reglamentos éticos que se han implementado en las organizaciones.

El futuro de las organizaciones depende de una buena práctica ética, puesto que cada empresa puede estar guiada por intereses personales o a su vez por conflictos de intereses; es necesario que se tenga claro que las prácticas éticas pueden guiar y apoyar al desarrollo de las organizaciones. Las prácticas éticas no deben ser meros pasos para cumplir con algún estándar o evaluación, estas deben ser la guía de las acciones de quienes las lideran.

Referencias

- Abenoza, S. (2017). *La ética en la empresa: entre el deber y la realidad* (Tesis doctoral). Universitat de Barcelona, España. <https://bit.ly/3NZDNOQ>
- Calvo, P. (2014). Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos. *Tópicos, Revista de Filosofía*, 47, 199-232.
- Constitución de la República de Ecuador [Const.]. Artículo 5. [Título I]. Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008 (Ecuador). <https://bit.ly/2B93igI>
- Cortina, A., & Conill, J. (1998). *Democracia participativa y sociedad civil. Una ética empresarial*. Siglo del Hombre Editores.
- Cortina, A. (1994). *Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial*. Trotta.
- Cortina Orts, A. (1997). *El mundo de los valores. Ética y educación*. El Búho.
- Duque, V., Abendaño, M., & Jaramillo, A. (2019). La práctica de valores hacia una cultura de paz en empresas públicas y privadas del Ecuador. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*, (E20), 364-376. <https://bit.ly/3gNICwK>
- Gómez, V. *Comunicación personal*, 20 de enero del 2022.
- Gutierrez, A. (2019). Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2019. En Naciones Unidas (ed.).
- Lozano Romero, M., & García García, D. A. (2019). Impacto de la ética en las empresas. *Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales*, 10, 111-125. <https://bit.ly/300XaH4>
- Monje Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa cualitativa*. Universidad Surcolombiana.
- Muñoz Martín, J. (2013). Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC). *Journal of Globalization, Competitiveness & Governability*, 7(3), 76-88.
- Naciones Unidas. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/peace-justice/>
- ONU Noticias (2018). *El mantenimiento de la Paz es el propósito de la fundación de las Naciones Unidas desde el año 1945*. <http://www.cinu.mx/minisitio/lapaz/>
- Pelegri Viaña, X. (2013). Ética de las organizaciones de Servicios Sociales (parte I). *Cuadernos de Trabajo Social*, 26(1), 139-148. http://dx.doi.org/10.5209/rev_CUTS.2013.v26.n1.40497
- Sabater, F. (1991). *Ética para Amador*. Editorial Ariel.
- Soto Pineda, E., & Cárdenas, J. A. (2007). *Ética en las organizaciones*. McGraw-Hill/Interamericana Editores.