Ética y moral en las organizaciones Caso estudiantes del programa de Negocios Internacionales de la Universidad de La Guajira

Carmen Remedios Fonseca Guerrero • Stella Monroy Toro • Jaidith Enel Vidal

UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA | SHIKII EKIRAJIA PULEE WAJIIRA

ÉTICA Y MORAL EN LAS ORGANIZACIONES CASO ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA

Ética y moral en las organizaciones Caso estudiantes del programa de Negocios Internacionales de la Universidad de La Guajira

Carmen Remedios Fonseca Guerrero
Stella Monroy Toro
Jaidith Enel Vidal

UNIVERSIDAD DE LA GUAJIRA | SHIKII EKIRAJIA PULEE WAJIIRA

Carmen Remedios Fonseca Guerrero Economista; Especialista Gerencia en Finanzas; Especialista Gerencia en Salud; Candidata Mtr. Pedagogía de las TIC; Docente Universidad de La Guajira.

Stella Monroy Toro Economista; Especialista en Formulación y Evaluación de Proyectos; Mtr. Pedagogía de las TIC; Docente Universidad de La Guajira.

Jaidith Enel Vidal Trabajadora social; Mtr. en Empresas Sociales; Docente Universidad de La Guajira.

Ética y moral en las organizaciones
Caso estudiantes del programa de
Negocios Internacionales de la Universidad de La Guajira

© Carmen Remedios Fonseca Guerrero
Stella Monroy Toro
Jaidith Enel Vidal

© Universidad de La Guajira
Primera edición, 2019

ISBN: 978-958-5534-24-7

Carlos Arturo Robles Julio
Rector

Hilda María Choles Almazo
Vicerrectora Académica

Víctor Pinedo Guerra
Vicerrector de Investigación y Extensión

Sulmira Patricia Medina
Directora Centro de Investigaciones

Diseño / diagramación
Luz Mery Avendaño

Impresión:
Editorial Gente Nueva

Depósito legal

Impreso en Colombia
Printed in Colombia

"Las opiniones expresadas en este informe son de exclusiva responsabilidad de los autores y no comprometen el pensamiento del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, el Ministerio del Trabajo o el Departamento para la Prosperidad Social, como tampoco a las demás entidades que auspiciaron su elaboración".

Contenido

Resumen/Abstract 9
Prólogo 11
Introducción 13

Capítulo 1
El contexto de las organizaciones

Las organizaciones como base fundamental de la sociedad 15
1. Las organizaciones 17
2. El hombre Empresarial 17
Características del hombre organizacional 17
Las organizaciones sociales 18
Estructura de la organización y la ética empresarial 18
1. Diagnóstico de condiciones actuales 23
2. Capacidades futuras 23
3. Administración del proceso de transición 23
La ética y la universidad 24

Capítulo 2
Marco teórico

Antecedentes de la investigación 27
Bases teóricas 35
Ética y responsabilidad social 38
Diagnóstico 41
Fortalezas 42
Debilidades 43

Oportunidades 43
Amenazas 44
Marco contextual 44
Marco Legal de la Ética 52
Código de Buen Gobierno para la Gobernación del Departamento de La Guajira 53
Código de Ética y Buen Gobierno Universidad de La Guajira 56
Objetivos del Código de Ética y Buen Gobierno 58
Código de Ética del Negociador Internacional 61
Deberes del negociador internacional 62
Sanciones al Negociador Internacional por faltas al Código de Ética Profesional 65
Procedimiento para la aplicación de las faltas contra el código de ética 65

Capítulo 3

Enfoque metodológico

Tipo de Investigación 68
Según la fuente de información 68
Según el tratamiento y análisis de la información 68
Según las variables 68
Según alcance o nivel de conocimiento a lograr 69
Población 69
Censo 69
Fuente de recolección de la información 69
Fuente primaria 69
Fuentes secundarias 69
Validez y confiabilidad del instrumento 70
Validez 70
Los grupos focales 70
Técnicas e instrumentos de recolección de datos 72
Pasos del proceso metodológico 73
Etapa I. Diseño del proyecto 73

Etapa II. Trabajo de campo 73
Etapa III. Presentación de resultados 73

Capítulo 4
Análisis de Resultados

Conclusiones 91
Recomendaciones 93
Bibliografía 93

Resumen

El presente libro es producto de la investigación *Diagnóstico de la ética y moral en los estudiantes del programa de Negocios Internacionales en la Universidad de La Guajira*. Los objetivos de esta actividad fueron los siguientes:

1) OBJETIVO GENERAL. Hacer una valoración de la ética y la moral en los estudiantes del programa de Negocios Internacionales que se dicta en la Universidad de La Guajira.

2) OBJETIVOS ESPECÍFICOS. a) Analizar la ética en las organizaciones y en los diferentes campos de acción que el profesional debe conocer para su mejor desempeño; b) Caracterizar las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas, en cuanto a la ética y a la moral.

La metodología empleada en la investigación siguió el modelo cualicuántico. No fue experimental porque los hechos se estudiaron en su ambiente natural. La población que fue objeto de estudio la constituyeron 27 estudiantes de 9 semestre del programa de Negocios Internacionales. Los resultados obtenidos muestran que en cuanto a la ética y a la moral los estudiantes tienen un amplio conocimiento al respecto de estos temas. Sus respuestas dejan en claro que son conscientes de la importancia que implica tener un comportamiento ético y moral en todos los ámbitos de la vida. Incluso en el ambiente laboral, en donde adquieren un sentido que las encamina en el desarrollo del compromiso de actuar con responsabilidad social. Esto refleja que como futuros profesionales tendrán una gran integridad ética.

Palabras Clave: Ética, Moral, Organizaciones, Negocios Internacionales.

Abstract

This is the product of the research on the diagnosis of ethics and morals in students of the International Business program at the University of

La Guajira, whose objectives are the following General Objective Diagnose the ethics and morals of the International Business Program students in the University of Guajira. SPECIFIC OBJECTIVES Analyze the Ethics in organizations and the different fields of action that the professional must know for their best performance. Characterize strengths and weaknesses opportunities and threats in terms of ethics and morals The methodology used This research is of a quantum, non-experimental model because the facts were studied in their natural environment. The population under study is constituted by 27 students of the 9th semester of the international business program the results Concerning ethics and morals, the students manifested to have a wide knowledge in relation to it, making clear in their answers how conscious they are of the importance of having a behavior ethical and moral in all areas of life. Implementation of ethics in the work environment, with a sense focused on social responsibility, which reflects their ethical integrity as future professionals.

Keywords: Ethics, Morality, Organizations, International Business

Prólogo

La administración moral exige de los directivos un liderazgo ético; requiere que ellos comprendan y sean sensibles a todas las personas que se relacionan directamente con la organización; demanda que tengan en cuenta los intereses de cada uno de estos grupos.

Los directivos deben integrar la sabiduría ética a su sabiduría administrativa si pretenden aplicar el modelo de administración moral. Así adoptarán las medidas necesarias que les permitan crear y mantener un clima ético en sus organizaciones.

En la etapa que estamos viviendo se hace necesario retomar la é*tica* y la *moral* en todas las instituciones educativas, desde el nivel preescolar hasta el superior. Aunque la cátedra siempre se ha impartido resulta esencial que estos valores se afiancen mucho más. Ellos son la base de la calidad humana que encuentra sus cimientos en el respeto, la responsabilidad y la honestidad. A los profesionales se les debe hacer notar que *ser* es mucho más valioso que *tener*. Así nos alejaremos de este sistema que hemos generado en el cual prevalecen las posesiones.

Los síntomas de nuestra sociedad indican que está enferma, de allí que resulte vital retomar valores como la solidaridad, la tolerancia, la equidad, la inclusión social, la dignidad y la seguridad humana. Un paso imprescindible en esta recuperación es el de infundir en los profesionales que estamos formando la necesidad de contar con dichos valores, tanto a nivel personal como social, y hacerles notar la importancia que ellos tienen en la construcción de un individuo que ayude en el proceso de reparación de la colectividad.

Introducción

El presente libro es producto de la investigación *Diagnóstico de la ética y moral en los estudiantes de Negocios Internacionales de la Universidad de La Guajira*. Hoy en día se cuestiona la formación ética de los profesionales universitarios, por ello es importante revisar el tema a ver en qué parte del proceso de formación es posible que estemos fallando.

El libro se ha dividido en 4 capítulos. El primer capítulo aborda el contexto de las organizaciones; el hombre organizacional; ética empresarial; etapa moral de la empresa; estructura organizacional y la ética empresarial; la ética y la universidad.

El capítulo 2 presenta el marco teórico, en este capítulo se muestran los antecedentes investigativos; las bases teóricas; el marco contextual de las universidades; el código de ética del negociador internacional y el pacto por la transparencia de la Universidad de la Guajira y del departamento de la Guajira. Ejes fundamentales para la construcción de una sociedad solidaria, transparente, ética y moral en los negocios.

En el capítulo 3 se muestra el marco metodológico; las fuentes de recolección de información; la población y el proceso metodológico que se siguió para obtener los resultados.

El capítulo 4 cierra el libro presentando los resultados graficados, además de la matriz DOFA a tener en cuenta de acuerdo a los resultados arrojados por el estudio. Finalmente comparte las conclusiones a las que se llegó, plantea algunas recomendaciones y cierra exponiendo la bibliografía consultada.

Esperamos que este libro de investigación sirva de apoyo al proceso de formación ética de los futuros egresados de la Universidad de La Guajira. Especialmente que a nuestros negociadores internacionales les resulte una carta de presentación, a nivel nacional e internacional, en la que se da constancia de la forma ética y moral como se prepararon para realizar negocios internacionales en este mundo globalizado que estamos afrontando en la actualidad.

Capítulo 1

El contexto de las organizaciones

Las organizaciones están compuestas por las personas, las estructuras y el ambiente interno y externo que las rodea. Es necesario entonces que exista una excelente articulación entre todas estas partes con miras a alcanzar los objetivos y las metas individuales e institucionales proyectadas. Así se dará un crecimiento mutuo y sostenido entre las personas y la organización para la cual laboran. Esto será posible si existe un conjunto de principios que regule y fundamente las relaciones entre cada uno de los integrantes de la institución. Es decir, un patrón de comportamientos que genere confianza y estimule el buen funcionamiento de cada una de las piezas que conforman la entidad.

Las organizaciones como base fundamental de la sociedad

La sociedad de las organizaciones, según los estructuralistas, es una sociedad moderna e industrializada. Presthus (1965) señala que es una sociedad de organizaciones de las cuales el hombre depende para nacer crecer y morir (citado en Chiavenato, 2015), por lo tanto requiere que sus miembros tengan características de personalidad que les permitan interactuar en varias de ellas simultáneamente. El estructuralismo amplió el estudio de la interacción que ocurre entre los grupos sociales, incluyendo la teoría de las relaciones humanas que se presentan entre las organizaciones sociales. Establece que las organizaciones interactúan entre sí al igual que los grupos sociales.

Con referencia al proceso del Desarrollo Organizacional Chiavenato (2015) considera necesario, dentro de ese marco y finalidad, pasar por las siguientes etapas:

1. Etapa de la naturaleza. Cuando la naturaleza era el único medio de subsistencia de la humanidad el aprendizaje se dio por medio del reconocimiento del entorno que rodeaba a las personas. En los inicios de la sociedad se caracterizó por la especialización en diferentes actividades como la caza,

la pesca, el cultivo, la agricultura y la fabricación de herramientas (principalmente para la caza). Todas estas formas de organización permitieron que las comunidades se estructuraran de la mejor manera posible para la supervivencia en comunidad.

2. Etapa del trabajo. El aprovechamiento de la naturaleza es transformado por el trabajo, lo que a su vez comienza a crear nuevas formas de organización en la sociedad. El sistema predominante en esta etapa es el feudalismo, la división principal que se da en este sistema es precisamente respecto a la tierra, están los que la poseen, Terratenientes; y los que la trabajan, Vasallos. Las familias reales ostentaban el poder ya que dirigían las fuerzas policiales y recaudaban los impuestos. También se dio el crecimiento de la iglesia católica.

3. Etapa del capital. Se caracteriza porque en ella el capital adquiere un mayor valor con respecto al que tenían la naturaleza o el trabajo, lo que va a transformar las relaciones más básicas de la vida social.

4. Etapa de la organización. Se caracteriza porque los elementos de las anteriores etapas: la naturaleza, el trabajo y el capital, resultan subordinados a un modelo de organización. La guerra fue el principal detonante para que la administración de los recursos adquiriera relevancia. Es en esta época que surgen en Europa los gremios y las asociaciones de artesanos que luego van a dar paso a la era industrial. En la actualidad muchos países cuentan con instituciones especializadas en el desarrollo de una función social, cuyas estructuras organizacionales están dictadas por modelos que surgieron hace poco más de 100 años. Por ejemplo, la policía o el ejército, entre otras; organizaciones que podemos considerar modernas.

Según Chiavenato (2015), para alcanzar un alto grado de industrialización la sociedad pasó por varias etapas de la organización. A saber:

1. *El universalismo de la Edad Media*, que se caracterizó por el espíritu religioso.
2. *El liberalismo económico y social de los siglos XVIII y XIX*, cuyas características fueron la influencia estatal y el desarrollo del capitalismo.
3. *El socialismo en el siglo XX*, que obligó al capitalismo a avanzar por el camino del máximo desarrollo posible.
4. *El presente*, que se caracteriza por ser una sociedad de organizaciones.

Estas son las etapas que se han vivido en el desarrollo de la sociedad de las organizaciones. Entidades que se caracterizan por tener una estructura jerárquica a través de la cual intervienen y coordinan las unidades de control a su mando. Este modelo reinó hasta el final de los años 70 pues se consideraba el modelo ideal. En la época actual las organizaciones se caracterizan por ser de modelo flexible y más eficiente, debido a que la tecnología ha hecho que los procesos sean más efectivos.

1. Las organizaciones

Las organizaciones son concebidas como unidades sociales, o agrupaciones humanas, que se caracterizan por tener un nivel de vida en ascenso y por haber sido constituidas con el fin de alcanzar objetivos y metas específicos (Chiavenato, 2015).

2. El hombre Empresarial

Teniendo en cuenta lo expuesto hasta el momento el hombre organizacional se caracterizará entonces por relacionarse con diferentes instituciones y ser capaz de desempeñar distintos roles dentro ellas. Lo que lo convierte en un actor socializado, pues es solo a partir de las relaciones establecidas con las diferentes entidades como adquiere sentido su individualidad. De allí que varios de los aspectos que Max Weber estableció como rasgos de carácter compartidos entre el protestantismo ascético y el espíritu del capitalismo moderno se le puedan aplicar a él. Por ejemplo, el espíritu de realización; la búsqueda de la prosperidad; la laboriosidad; el sacrificio; la puntualidad; el conformismo y la integridad. Virtudes relevantes en la conducta del hombre organizacional que por medio de la competencia aspira a la riqueza y el progreso.

Características del hombre organizacional

Para el individuo que estamos presentando aquí es imprescindible contar con las siguientes cualidades en su personalidad. Ellas le permitirán relacionarse de manera exitosa con diferentes entidades y alcanzar así las metas que lo definen:

a. *Flexibilidad* ante los constantes cambios que se presentan en la vida moderna.

b. *Tolerancia* ante las frustraciones para evitar el desgaste emocional que se deriva del conflicto entre las necesidades organizacionales y las necesidades individuales. La mediación entre unas y otras se hace a través de procesos racionales.

c. *Capacidad para posponer las recompensas* y encontrar compensaciones en el trabajo que realiza en la organización, sacrificando así sus preferencias y vocaciones personales a cambio de las satisfacciones que le pueden brindar los logros de su vida profesional.

d. *Permanente deseo de realización,* para entrar en sintonía con las normas que le aseguran el acceso a los puestos que le permitirán hacer carrera dentro de la organización. Chiavenato (2015).

Todas estas características son la clave para que un hombre sea considerado como organizacional y pueda desarrollarse en un mundo global.

Las organizaciones sociales

Surgen como consecuencia de la necesidad que tienen las personas de relacionarse y reunirse con otras para poder cumplir sus objetivos. Dentro de las organizaciones sociales las personas cumplen ciertos papeles en conjunto de comportamiento, valores y normas.

Estructura de la organización y la ética empresarial

Schmidt (1995) menciona que a través de la historia el trabajo ha sido una preocupación fundamental para el responsable de la gestión de personal. Por una parte, la interrelación de estos esfuerzos con la productividad, calidad, satisfacción y motivación del personal es un componente de especial interés; tomando en cuenta la posible relación causal entre la motivación y el desempeño individual. Por otra parte, las obligaciones morales del empleador comprenden en buena medida un ambiente de trabajo saludable y con un mínimo riesgo de accidentes (citado en Soto, 2007). A primera vista resulta tan evidente que parece no requerir justificación posterior. Sin embargo, para Boatright (1997) las obligaciones y responsabilidades no son tan claras en la práctica por diversas razones. Un factor consiste en que los accidentes ocupacionales casi siempre son causados por una diversidad de factores atribuibles tanto a la empresa como al trabajador, por lo que a menudo es imposible endilgar a una sola parte la responsabilidad por este

motivo. En segundo lugar, en muchos casos no es práctico ni económico reducir las probabilidades de un accidente a cero. Pero puede argumentarse que el trabajador tiene el derecho de rehusarse a laborar en determinadas tareas (citado en Soto, 2007).

Un tema menos abundante en las publicaciones especializadas es el de la relación entre el diseño, la estructura de la organización y la conducta ética de los individuos. Así como la responsabilidad moral del encargado de recursos humanos en cuanto a la concepción estructural de la empresa. Una forma de diferenciar a las organizaciones en lo que respecta a su plan de configuración consiste en distinguir la disposición de sus canales de comunicación; sus mecanismos de coordinación; sus reglas; sus procedimientos; la distribución del poder y la manera en que las actividades y puestos se organizan, agrupan e interrelacionan.

Con base en las variables anteriormente descritas se pueden elaborar estudios que proporcionan un sinnúmero de taxonomías y enfoques. Uno de estos estudios plantea un continuo entre una organización rígida, grande y burocrática en un extremo; y una organización pequeña, flexible y dinámica en el otro. Burns y Stalker (1994) denominan a las organizaciones de los extremos *mecánicas* y *orgánicas*, respectivamente (citado en Soto, 2007).

Según Schminke (2001) ambas configuraciones, aunque no existen en su forma más pura, presentan ventajas y desventajas. De igual manera responden con mayor efectividad a necesidades, estrategias, estilos de liderazgo, técnicas de toma de decisiones, adelantos técnicos y mercados diferentes. No obstante, se afirma que la ética desempeña un papel preponderante en la orientación de la conducta individual de las corporaciones con una estructura orgánica (citado en Soto, 2007).

Así las cosas, los individuos que pertenecen a una entidad orgánica reflejan mayor predisposición ética que aquellos que pertenecen a organizaciones mecánicas (Schminke, 2001). El autor presenta una serie de conclusiones obtenidas tras una investigación empírica en la que estudió tres dimensiones estructurales de la organización y su efecto en la conducta ética: el tamaño de la empresa (dimensiones físicas, capacidad, número de trabajadores, volumen de recursos); el grado de centralización de las decisiones (concentración del poder y la autoridad) y el nivel de formalización (reglas, procedimientos, políticas y prácticas escritas definidas).

Las conclusiones de la investigación de Schminke (2001) en cuanto a la estructura de la organización y su efecto en la conducta ética son las siguientes:

1. El tamaño de la organización tiene un fuerte impacto en la conducta ética de quienes laboran en ella. Por ejemplo, los trabajadores de las empresas grandes presentan mayor ausentismo, menos compromiso y menor satisfacción en el trabajo que sus colegas de empresas pequeñas. Además, se sienten más restringidos y manifiestan menor autonomía y razonamiento moral.

En general, los trabajadores de empresas mayores manifiestan prejuicios éticos más fuertes. Por el contrario, las normas éticas se difunden y adaptan con mayor facilidad en las empresas pequeñas a través del contacto directo o la observación casual. En el caso de las empresas están vinculando personas discapacitadas por el alto compromiso que estas personas adquieren con su trabajo.

2. En cuanto al grado de formalización, las organizaciones más estructuradas señalan una mayor predisposición a conducirse de acuerdo a las conductas morales establecidas. Sin embargo, del estudio se desprende que las reglas y procedimientos que definen las organizaciones mecánicas conducen a la permanencia de marcos de referencia éticos que a menudo permiten a los empleados comportarse moralmente fuera de las reglas formales.

3. El grado de centralización no parece afectar de manera determinante el nivel de predisposición a determinada conducta ética.

¿Qué conclusiones y acciones se desprenden de estudios de esta naturaleza en relación con el responsable de la gestión de recursos humanos en una empresa?

- Primero, es muy importante que el responsable de la gestión comprenda los efectos que ocasionan determinadas formas de estructurar la empresa en cuanto a la conducta ética del personal, de tal manera que pueda diseñar los programas adecuados para la difusión y despliegue del código de conducta de la empresa.

- Segundo, un conocimiento más profundo puede ser útil para proponer esquemas organizacionales que sean más efectivos para fortalecer la conducta moral en la corporación.

- Tercero, el conocimiento de la relación entre las variables organizacionales (como tamaño, formalización y centralización) en la conducta moral de las personas permitirá al responsable de recursos humanos diagnosticar problemas derivados de dilemas éticos, así como predecir conductas esperadas ante determinadas situaciones (citado en Soto, 2007).

En la globalización que se está viviendo en los actuales momentos es necesario que la estructura de la empresa sea flexible. Esto conlleva a que la organización se pueda adaptar rápido a los cambios que se dan de manera inesperada. Por ejemplo, los producidos por las tecnologías, las políticas gubernamentales y los esquemas innovadores. Además permite que el jefe del departamento pueda hacer frente y controlar de manera oportuna cualquier dilema ético que se le presente a las personas que laboran en la entidad.

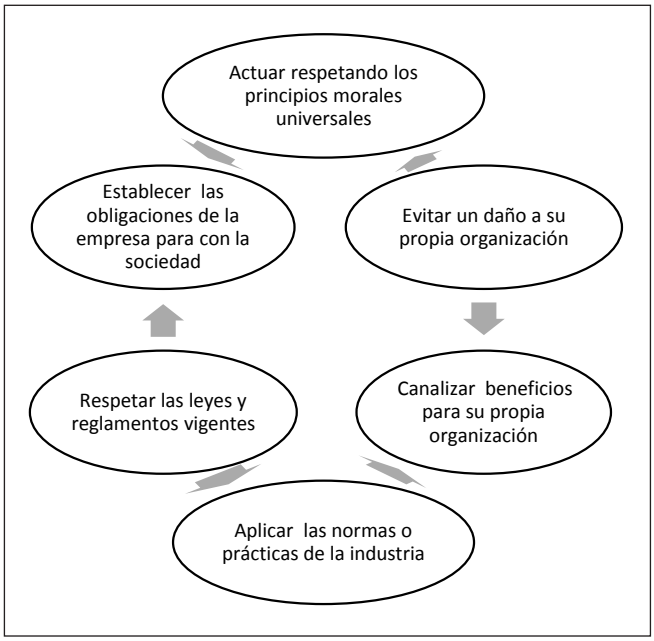


Figura 1. Etapas del desarrollo moral de la empresa.
Elaboración propia a partir de la tomada de los autores Sridhar y Camburn, (1993). (Citado en Soto, 2007).

Según Soto (2007) las organizaciones atraviesan seis etapas en el desarrollo moral de la empresa. Donaldson (2001) considera que al elevar

estos enfoques a otros niveles es posible hablar de la ética como ventaja competitiva de una economía o de una nación (citado en Soto, 2007). De lo expuesto anteriormente se siguen las siguientes aseveraciones:

- La conducta moral crea ventajas económicas a las naciones al ir más allá de la noción idealizada de la competitividad en el mercado global.
- Para que la ética trascienda como ventaja competitiva los conceptos morales deben aplicarse hasta que se conviertan en un valor intrínseco para todos.
- Si existe realmente esta correlación entre la ética y la competitividad de las naciones, es imperativo que las distintas economías pongan mayor atención a la educación moral de sus ciudadanos.

La tarea para los dirigentes de una nación que desea elevar la competitividad de la economía a través del fortalecimiento de una cultura de valores morales es ardua y llena de sinsabores. Donaldson (2001) propone una lista de acciones para alcanzar ese propósito:

- Se deben implementar acciones que conduzcan a sentar una plataforma de respeto a la propiedad intelectual. Estas acciones con el tiempo atraen inversionistas y emprendedores ya que se sentirán protegidos y amparados por la legislación.
- Asegurar la libre competencia de mercado y evitar los monopolios. Para ello es necesario articular la legislación y las prácticas comerciales en pro de construir un mercado de capitales atractivo.
- Instituir mecanismos para evitar las prácticas que permiten la participación de “influencias”. De esta manera las posibilidades de invertir y participar en los mercados de bienes y servicios serán las mismas para todos y los programas podrán llegar a todas las personas sin distingo.
- Asegurar un nivel adecuado en la participación e intervención del gobierno en la economía, como un jugador más y con funciones definidas y delimitadas. Así se garantiza un sistema de mercado ágil y libre, pero con obligaciones fiscales y tributarias.
- Proveer información confiable para los mercados y las transacciones comerciales, sin olvidar la transparencia de la información de las instituciones clave de gobierno.

- Erradicar la corrupción y el soborno. Estas costumbres conducen a distorsionar los mercados pues asignan recursos que no coadyuvan a la calidad y la productividad. Además favorecen intereses de los particulares involucrados en estas prácticas. Este es un problema que está afectando a nuestra sociedad y a las empresas tanto públicas como privadas, por lo tanto consideramos imperativo que desde la Universidad se comiencen a reforzar los valores que permiten construir calidad humana y empresarial. Cualidades que se han ido perdiendo con el tiempo.

La empresa como ente moral, toda vez que con sus actuaciones se pueden afectar personas y comunidades enteras, debe soportarse en principios éticos y valores como el respeto, la honestidad, la libre competencia y la lealtad para con sus usuarios y competidores. Según Chiavenato (2015) es importante tener en cuenta en una organización lo siguiente:

1. Diagnóstico de condiciones actuales

- Análisis de identidad para examinar la manera en que la compañía entiende y presenta su conducta moral a sus grupos de interés.
- Análisis de imagen para apreciar las percepciones de sus grupos de interés principales respecto a la proyección de su conducta moral como empresa.
- Análisis de brechas para evaluar la congruencia entre identidad e imagen, según la información obtenida de las fuentes de retroalimentación.

2. Capacidades futuras

- Formular una matriz de capacidad estratégica apta para identificar las condiciones que son requeridas en la tarea de alcanzar una ventaja competitiva sustentable basada en valores.
- Elaborar un plan integral con el fin de asegurar la dirección y asignación de recursos requeridos para instaurar la posición futura deseada.

3. Administración del proceso de transición

- Conformar un equipo temporal de trabajo integrado por miembros de diversos grupos de interés para que se ocupe de los temas que surjan de la auditoría y diagnóstico.

- Campaña sistemática de información para fortalecer la capacidad, la credibilidad y la visibilidad.

La ética y la universidad

Muñoz (2017) en su escrito define a las universidades como instituciones donde se forma el talento humano para las organizaciones. Considerando la importancia de este papel formador el profesor Rodrigo Muñoz Grisales, docente de la universidad Eafit, en su artículo titulado *El papel de la academia frente a la corrupción. De la universidad también depende acabar con ese fenómeno y superar la idea de que 'todo se vale'*. Expresa lo siguiente:

> Múltiples escándalos y corruptelas en innumerables países evidencian que el mundo se encuentra hoy ante una crisis moral de grandes proporciones y, además, no se insinúan salidas en el horizonte.
>
> En el nivel público, se dan intervenciones electorales soterradas, presidentes y ministros destituidos, macro escándalos en el deporte mundial, cuestionamientos a casi todos los presidentes suramericanos y al estadounidense, para no hablar de países verdaderamente inviables por asaltos personalistas al Estado como Venezuela o Siria. (Muñoz, 2017, El Tiempo, 06/08/2017)

Afirma Muñoz que:

> Colombia no se queda atrás en materia de corrupción y exhibe casos como el ya citado Odebrecht, los de Interbolsa, Fondo Premium, Factor Group, Electricaribe, Saludcoop, Friogán, Petrotiger, Reficar, Termocandelaria, Bioenergy, Inassa (Triple A y Metro aguas), Elite, Estraval, TYPSA (…). También encontramos los casos de los 'carruseles' de contratos de Bogotá, La Guajira, Chocó y Córdoba, y los carteles de precios (cementos, pañales, cuadernos escolares, papel higiénico, azúcar), para mencionar sólo los más sonados.
>
> Algo debe andar mal en la cultura para que en gran parte del planeta se presenten tantos comportamientos ilícitos (…). (Muñoz, 2017, El Tiempo, 06/08/2017)

Se viene presentando este comportamiento irregular casi en todos los países; "algo no debe marchar bien con las ideologías e ideales que mueven a la humanidad." (Muñoz, 2017, El Tiempo, 06/08/2017).

> Existen dos grandes idearios que hoy comandan el mundo y determinan, en consecuencia, el tipo de investigación que hacemos y la orientación de la educación que impartimos (…).

Podría decirse que la constante de sus críticas es que tanto científicos como educadores se han acogido a un modelo de investigación basado en el abstraccionismo científico (o positivismo), una orientación epistemológica que poco se preocupa por la pertinencia del conocimiento de las realidades concretas de cada sociedad, y pretende más bien conformarse con las metodologías matemáticas y de precisión de las ciencias naturales y exactas.

En consecuencia, la producción de conocimiento, lo mismo que su impartición, se ocupa más de cosas como la explicación causal o la relación causa-efecto (el cómo se produce un fenómeno) y menos por el sentido que el fenómeno tiene (el qué, el porqué, la razón de ser) dentro de un contexto cultural o en una sociedad. (…).

Por lo tanto, los profesionales educados casi exclusivamente bajo esa orientación no forman en su mente un vínculo consciente, realista y responsable entre su carrera y el mundo social en el que la ejercen. No constituyen elementos que les ayuden a conectar su saber con la sociedad y, por tanto, ignoran la complejidad y diversidad de dimensiones que la integran y que se afectan por la acción de los agentes sociales.

(…) el discurso económico que promueve casi religiosamente la globalización y que se impone por múltiples vías a la soberanía de los países.

(…) El mensaje que esta arrasadora ideología envía a la formación profesional es que lo único que realmente importa en la educación es el desarrollo de capacidades de transacción para que toda interacción profesional sea ejercida como mercantil.

(…) En virtud del afán economicista que se apoderó de la sociedad, las profesiones se centran en metas o fines de orden exclusivamente cuantitativo y económico como la maximización de los ingresos o las utilidades, el posicionamiento en algún ranking de competitividad, eficiencia o innovación.

Como consecuencia, los conocimientos que se imparten en las aulas se limitan a los medios puramente instrumentales (procedimientos, fórmulas, técnicas, modelos) que mejor sirvan al logro de esas metas cuantitativas.

A propósito de esa reducción de miras, Martha Nussbaum nos recuerda la frase de Tagore: “El hombre moral, el hombre íntegro, está cediendo cada vez más espacio, casi sin saberlo (...) al hombre comercial, al hombre limitado a un solo fin”.

Los profesionales formados con esa pobreza de miras y esa miopía de fines y medios no contarán con los conocimientos ni los criterios para prever, más allá de las metas cuantitativas que se trazaron, los eventuales efectos perversos de sus decisiones y acciones sobre la sociedad y el medioambiente.

Serán, además, sujetos propicios a la corrupción, pues la aprobación y presión sociales con respecto al enriquecimiento, la optimización o la maximi-

> zación como fines a ultranza legitiman la laxitud moral de los medios para lograrlos.
>
> (…) ¿Cómo sería, entonces, una educación profesional éticamente conectada? ¿Existe la posibilidad de que quienes diseñan y dirigen el currículo profesional, que regularmente tienen a su vez una formación marcadamente técnica o funcional (y que hoy dirigen facultades, departamentos académicos, programas, grupos de investigación, revistas, etc.), se abran a una nueva comprensión de su tarea?
>
> En primer término, la universidad debe erigirse en guardiana de los fines de la sociedad y no debe responder acríticamente a las demandas de los actores sociales si tales demandas no corresponden a ideales de integridad e inclusión. La universidad está llamada a problematizar y cambiar esas grandes ideologías que hoy atrapan al mundo y lo empujan a una carrera loca por el economicismo y el éxito individual. (Muñoz, 2017, El Tiempo, 06/08/2017)

Lo anterior demuestra la necesidad de que desde la Universidad de la Guajira se gesten este tipo de estudios. Así estaremos a la vanguardia de los procesos que se vienen adelantando a nivel nacional en tormo a la ética en las organizaciones. La presente investigación es una prueba piloto que nos puede servir de insumo para corregir las fallas que desde la academia estemos teniendo en la formación de nuestros estudiantes. Pasamos al marco teórico y los antecedentes que la soportan.

Capítulo 2

Marco teórico

El marco teórico de una investigación está conformado por los antecedentes investigativos y los fundamentos teóricos.

Antecedentes de la investigación

Rangel y Alvarado (2012) realizaron una investigación denominada Ética como enfoque de la responsabilidad social: direccionamiento estratégico en universidades públicas.

> El enfoque epistemológico utilizado es cualitativo, del cual Martínez (2004), refiere que es que trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones, y es por su propia naturaleza, dialéctica y sistémica.
>
> Para recolectar la información se utilizó como instrumento la entrevista semiestructurada mediante la observación del participante, entendida como las percepciones de la investigadora sobre el grupo de estudio. La cual es un instrumento compuesto por un guion de preguntas, cuyos interrogantes pueden ser adaptados a situaciones particulares, así mismo, se utilizaron grabaciones de audio y revisión documental, las cuales fueron confrontadas a través de la técnica de triangulación.
>
> La técnica de abordaje, fue la etnografía, definida por (Martínez, 2004), como un estudio analítico, descriptivo e interpretativo en el que prevalecen la observación participante, centrando su atención en un ambiente natural, evitando manipulación de las variables, la recolección de información entonces, está relacionada al estado real de los valores éticos Y responsabilidad social, tal como se presentaron en el momento de su recolección sin realizar inferencias ni verificar hipótesis. La población estuvo constituida por dos universidades públicas. Dadas sus características, se tomaron como unidades de estudio, sin ningún criterio maestral a los decanos y coordinadores de programas de la Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Nacional del Estado Zulia y la Universidad de la Guajira. (Rangel y Alvarado, 2012, p.102)

Los resultados fueron los siguientes:

> En primer lugar es necesario que en la Universidad de la Guajira, se establezca un código de ética, que pueda guiar el comportamiento de los empleados y que les brinde un sentido de pertenencia con la misma.
>
> De la misma forma, es necesario que se mejore la comunicación, en todos los sentidos, con el fin de poder evitar malos entendidos que sigan obstaculizando el buen desarrollo de estas instituciones.
>
> Se recomienda también, que los directivos, rindan cuentas de sus actividades, con el fin de lograr una transparencia en el desarrollo de sus actividades.
>
> Se sugiere también, que a la hora de tomar decisiones, se tenga en cuenta no solo el criterio político, sino que se trate de gestionar métodos y procedimientos que permitan que otros criterios como el social y el ambiental, puedan ser considerados.
>
> De la misma forma, se recomienda que tener en cuenta el bienestar de los trabajadores, ya que de este depende la calidad de vida que la institución les proporcione (salario a tiempo).
>
> Por último se necesita que estas instituciones adquieran un mayor compromiso y emprendan programas de responsabilidad social que beneficien no solo a las comunidades donde actúan, sino a sus clientes internos. De esta manera pueden lograr un mejor desempeño y posicionamiento. (Rangel y Alvarado, 2012, p.107)

Este estudio de las docentes es un aporte a la presente investigación desde la institucionalidad, por eso lo vamos a tomar como referente. Además los temas tratados son pertinentes a los profesionales de la Universidad de la Guajira.

En el artículo titulado Ética profesional en la formación universitaria dice López (2013) que:

> La mayor parte de los líderes, administradores y cabezas de estas instituciones que son consideradas por los mexicanos como corruptas tienen formación universitaria, lo cual es un hecho suficiente como para preguntarnos acerca de la herencia cultural que la universidad aporta a los sujetos que asisten a sus aulas durante cinco años y desarrollan ahí su proceso formativo. Pero si bien la universidad no es la única agencia que contribuye a que dichos profesionales tengan como norma de desempeño profesional prácticas no éticas, los resultados de Transparencia Internacional la implican, pues, aunque requerimos hacer una lectura multifactorial, este hecho nos lleva a tomar en cuenta que la universidad es una institución formal que

tiene la encomienda social explícita de formar mujeres y hombres responsables, honrados y justos para una sociedad democrática. Así lo señalan sus leyes orgánicas (U de G, 2006; UANL, 1971; UAS, 2006). Y ante esa finalidad de la educación superior se necesita examinar este problema que tiene a la ética profesional como el centro de la crítica.

La presencia de la ética profesional en la formación universitaria sigue siendo, predominantemente, sólo el discurso general de las instituciones de educación superior. Los estudios en este campo temático llevados a cabo en una amplia franja de universidades mexicanas, así como la referencia particular de una universidad del noroeste del país aquí contemplada, nos indican que sigue siendo una asignatura pendiente, más aún cuando las señales que surgen en los espacios laborales y sociales donde actúan los profesionales dan cuenta de la existencia de corrupción, descuido del medio ambiente, exclusión escolar, desnutrición infantil, pobreza en la mayoría de la población, legislación protectora de grandes capitales, entre otros hechos éticamente cuestionables. La persistencia de estos problemas no se explica por factores relacionados con competencias técnicas sino, fundamentalmente, por la escasa etnicidad en los ámbitos políticos donde toman decisiones personas que en su mayoría cuentan con título universitario.

La narrativa predominante en las aulas universitarias es ahistórica, lo que trae como consecuencia expectativas profesionales que no contienen la cara incómoda de la realidad. En el camino hacia el éxito del profesional no tiene importancia el desarrollo del *ethos* y, por consiguiente, están alejados de un compromiso socio-moral con la sociedad que hizo posible su formación. El mercado y los indicadores de movilidad social están marcando la pauta de los aprendizajes necesarios, los cuales no están en la pista de una profesionalidad que responda a los llamados de los problemas sustantivos de la vida regional y nacional. Nada que responda a tradiciones densas como el patriotismo, la justicia social, el estado de bienestar o educación para todos es considerado como pauta de la moralidad profesional desde dónde se regirán sus actos y sus decisiones, pues los meta relatos de vida justa y democrática son tomados como distractores del perfil deseado para universitaria se le están restando compromisos con el cuerpo social y sus problemáticas de fondo que afectan a la vida pública.

La ética profesional, como campo de conocimiento para imaginar la creación de dispositivos de formación en la universidad, cobra importancia no sólo académicamente sino, además, como una vía para hacer más legítimo y moral el trabajo universitario. (López, 2013, Perfiles educativos)

Velásquez y Tarazona (2016) realizaron una investigación titulada *Percepciones y actitudes sobre ética empresarial en los procesos de servicio al*

cliente liderados por los egresados graduados durante los años 2012 y 2013 de la Maestría en Administración de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga.

> La reflexión ética del estudio parte del cuestionamiento sobre la responsabilidad de los profesionales que fomentan prácticas indebidas en sectores públicos y privados y que atentan contra los derechos humanos y el medio ambiente. En ese sentido, mediante un trabajo cuantitativo con alcance exploratorio, y a través de un cuestionario se encuestaron a los egresados de la Maestría en Administración de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, graduados en los años 2012 y 2013, para conocer cuáles son sus actitudes y percepciones sobre ética empresarial, como líderes de procesos de servicio al cliente en sus empresas.. (Velásquez y Tarazona, 2016, p.7)
>
> Objetivo general. Analizar cuáles son las percepciones y actitudes sobre ética empresarial, en cuanto a valores, como: respeto, solidaridad, justicia, responsabilidad y honestidad, de los egresados de la Maestría en Administración de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, graduados en el 2012 y 2013 que lideran procesos de servicio al cliente en empresas del área metropolitana de Bucaramanga.
>
> Objetivos específicos. • Identificar cuáles son las percepciones sobre ética empresarial los egresados en los procesos de servicio al cliente en sus empresas. • Definir cuáles son las actitudes de los egresados sobre ética empresarial, y la relación con los clientes de su empresa. (Velásquez y Tarazona, 2016, p.17)
>
> El enfoque es cuantitativo con alcance exploratorio y la técnica de recolección de información fue la encuesta. El análisis de resultados es cualitativo y se examinan de igual manera las variables sociodemográficas de los egresados encuestados, y desde una perspectiva interpretativa se describe una realidad que ellos manifiestan a través de los cuestionarios aplicados. Además, se determina una variedad de concepciones o marcos de interpretación que hacen parte de un patrón cultural descrito en los objetivos de la investigación. (Velásquez y Tarazona, 2016, p.33)
>
> El estudio es transversal porque se ha recolectado en un solo momento a través del cuestionario. Este enfoque es adecuado para analizar percepciones. Para la caracterización de los conceptos también se comparan algunos datos etnográficos, como el género, con la prueba estadística t-Student, y mediante la técnica general del análisis de varianza (ANOVA) se analizaron las variaciones de cada una de las variables con respuesta continua de los valores: como: respeto, justicia, solidaridad, responsabilidad y honestidad. Adicional, se considera el diseño de la investigación como no experimental y transaccional exploratorio. Este tipo de estudios se utilizan justamente para

"conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación, y se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos o poco conocidos, además, constituyen el preámbulo de otros diseños no experimentales y experimentales" (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2010, p. 152). (Velásquez y Tarazona, 2016, pp.33-34)

Técnicas e instrumentos de recolección de la información. La técnica utilizada es la encuesta y el instrumento un cuestionario evaluado mediante el coeficiente Alfa de Cronbach con el objetivo de medir su confiabilidad, debido a que ha sido adaptado para el proyecto de investigación de acuerdo con su contexto al momento de aplicarlo a los egresados de la Maestría en Administración para identificar las percepciones y actitudes sobre los conceptos enunciados por el filósofo Horacio Martínez Herrera, respecto al paradigma de los valores para la ética, como: respeto, justicia, solidaridad, responsabilidad y honestidad. (Velásquez y Tarazona, 2016, p.34)

La población y la muestra El perfil de la población corresponde a: egresados de la Maestría en Administración de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, graduados en los años 2012 y 2013, que lideran procesos de servicio al cliente en empresas ubicadas en el área metropolitana de Bucaramanga. De acuerdo con lo anterior la población estuvo constituida por 12 egresados que cumplían con el perfil. El tipo de muestreo fue no probabilístico, determinado por un censo que se realizó a través de llamadas telefónicas. Como resultado de este censo se tuvo acceso a 9 sujetos que corresponden al 75% de la población y que constituyeron la muestra de esta investigación. La muestra es homogénea, esto significa que las unidades por seleccionar poseen un mismo perfil o características, o bien, comparten rasgos similares identificados como sus cargos: gerentes y directores de departamento de empresas relacionadas a los sectores: financiero, educación, construcción y servicios. (Velásquez y Tarazona, 2016, p.35)

Dentro del análisis de los resultados se concluye que los objetivos de la investigación se cumplieron gracias a la información obtenida a través del cuestionario aplicado a los egresados de la Maestría en Administración. En las respuestas se aprecian de manera clara cuáles son sus percepciones y las actitudes como líderes de los procesos de servicio al cliente, de acuerdo con los valores planteados por el filósofo Horacio Martínez Herrera (citado Velásquez y Tarazona 2016) por como respeto, honestidad, justicia, solidaridad y responsabilidad.

Frente al concepto de respeto se observa que más del 50% de los egresados afirman que la información que la empresa brinda a sus clientes utiliza técnicas de venta y publicidad adecuada que advierte de manera clara sobre la

forma de producción, distribución, restricciones y riesgos potenciales de los productos y servicios. Sin embargo, es importante mencionar que también se debe poner atención al otro 50% de las respuestas en las que se manifiesta que no siempre se mantiene una actitud de respeto con el consumidor.

En cuanto a la solidaridad con el cliente, las respuestas de los egresados en la encuesta indican que algunas de sus empresas se preocupan por el bienestar y la seguridad de los clientes y cuentan con un departamento de Servicio al Cliente. Pero igual a la pregunta sobre respeto en las respuestas de este valor también se encuentra que apenas el 50% actúa de manera favorable en la atención al consumidor, la otra mitad carece de medios que fomenten la solidaridad, incluso el fomento a la asociación de usuarios es poco.

Por otra parte, la justicia es otro de los valores que se cuestionan en cuanto a su cumplimiento, porque bien es cierto existe una percepción favorable en las respuestas que brindaron los egresados a través del cuestionario, también aparece información que preocupa porque no siempre en todas las organizaciones se garantiza un equilibrio entre el precio y el estado de los productos, ni se mantienen los términos de los contratos pactados con sus usuarios, y peor aún, en el servicio posventa el 66.7% de las empresas solo procede algunas veces de manera inmediata a subsanar los errores.

En el tema de la responsabilidad se destaca que en el 66.7% de las respuestas de los egresados de la Maestría en Administración es positiva, ya que sus empresas responden a las expectativas de sus consumidores, proporcionando productos y servicio de máxima calidad de acuerdo con sus especificaciones. No obstante, es necesario, de acuerdo con el 50% de otras respuestas, atender otras circunstancias que no se cumplen en su totalidad, como la búsqueda del mejoramiento de los productos y servicios o de medidas que permitan evitar los daños que puedan ocasionar a sus consumidores.

Finalmente, en cuanto al último valor relacionado a la honestidad se concluye con un 66.7% de favorabilidad que en todos los procesos de servicio al cliente se conserva confidencialidad de la base de datos de los clientes, se atienden sus reclamaciones de manera inmediata y se les trata con honradez en todos los aspectos comerciales, como la publicación de precios actualizados, la naturaleza de los productos, entre otros aspectos importantes que afectan la decisión de compra del producto o servicio mediante procedimientos o técnicas que puedan inducir a engaños o confusiones.

En general, se puede concluir que existe un porcentaje más alto, el 53.3% de respuestas que indican que existe una percepción y una actitud favorable sobre ética empresarial, de manera especial en cuanto a valores como justicia y responsabilidad hacia los consumidores por parte de los egresados de la Maestría en Administración de la Universidad Santo Tomás Seccional Bu-

caramanga, graduados en los años 2012 y 2013, y que actualmente lideran procesos de servicio al cliente en empresas ubicadas en el área metropolitana de Bucaramanga.

Por otra parte, al analizar las respuestas de los egresados y comparar las variables sociodemográficas se concluye que existe una diferencia significativa entre hombres y mujeres en la actitud hacia la solidaridad y la justicia, siendo las mujeres más solidarias y justas. En cuanto al estrato socioeconómico no existe alguna diferencia, es decir, las percepciones y las actitudes sobre ética son las mismas en los seis niveles. Por último, se aprecia una diferencia que determina que tanto el respeto y la responsabilidad tienen un alto valor para los egresados de acuerdo con los años de servicio en su empresa.

En cuanto al contexto analizado sobre la situación de países como Colombia, donde los índices de corrupción es alto, es importante seguir realizando estudios que permitan analizar las causas intrínsecas que están llevando a los profesionales de las distintas instituciones de educación superior a incurrir en delitos a través de sus organizaciones. Por tal razón afectando de manera significativa el desarrollo económico y social de quienes tienen algún tipo de necesidad y que buscan satisfacerla a través de alguna labor, productos o servicios que ofrece el Estado o las empresas privadas.

Teniendo en cuenta que este es un primer trabajo en el área de la responsabilidad social empresarial y, de manera específica, sobre la actitud ética de los egresados en sus organizaciones, es importante mencionar que si bien se cumplieron los objetivos de la investigación tomando como base una población representativa de 12 egresados que cumplían con el perfil, se recomienda para futuras investigaciones realizar estudios con poblaciones más amplias que permitan generalizar más la información y cruzarla con otro tipo de públicos que se relacionen con la empresa como trabajadores, clientes, proveedores, accionistas, entre otros.

Por otra parte, también se recomienda aunar unos nuevos estudios, si se requiere, en el trabajo que viene desarrollando la Universidad Santo Tomás sobre la consolidación de una oferta académica en pregrado y posgrado que garantiza a sus estudiantes un modelo educativo caracterizado por su formación integral humanista que le brindará como egresado las condiciones necesarias para que desde el ejercicio reflexivo responda con actitud y compromiso personal y profesional a favor de la vida, cuestionando y rechazando cualquier mecanismo de delito, como la corrupción, que atente contra la construcción democrática de las verdades, la dignificación de la persona humana y de la comunidad.

De igual forma, y teniendo en cuenta la población de estudio de este trabajo, se plantea para nuevas investigaciones la creación e implementación

de un espacio académico en el marco de la propuesta curricular de la Maestría en Administración con núcleos polémicos que interpreten el fenómeno de la ética empresarial desde enfoques como el humanista y el social. Este ejercicio se plantea para favorecer el pensamiento propositivo, incluyente y respetuoso de la diversidad y como promotor del desarrollo humano, a partir de los valores institucionales que promueve la Universidad Santo Tomás entre sus estudiantes y egresados, mediante herramientas teóricas y metodológicas que permitan proyectarse desde el ejercicio profesional hacia un compromiso ético con responsabilidad social.

Esta propuesta además puede continuar fortaleciendo el enfoque de la formación humana integral desde lo académico en los posgrados de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga, con una ruta formativa que parte del Modelo Educativo Pedagógico Institucional y de las líneas de investigación que dan origen a las especializaciones y maestrías que hacen parte de cada una de las divisiones académicas: Ciencias Jurídicas y Políticas, Ingenierías y Arquitectura, Ciencias de la Salud, Ciencias Económicas y Administrativas.

De igual manera se recomienda para unos nuevos estudios continuar con la aprehensión de la ética empresarial dentro de las prácticas profesionales en el ámbito de los negocios y de la relación con clientes y consumidores, esto por supuesto aunado a un trabajo de seguimiento establecido mediante mecanismos de evaluación sistemática con los egresados de la Maestría en Administración de la Universidad Santo Tomás para monitorear su gestión desde los comportamientos éticos que presentan a través de sus cargos en organizaciones donde cumplan funciones estratégicas.

Finalmente, se espera que con este estudio exploratorio se logre dar inicio a otros proyectos que permitan identificar finalmente cuáles son las razones que conducen a los profesionales a utilizar su conocimiento en acciones ilícitas, y cómo estos actos se convierten en un mal endémico y estructural que impregna y contagia la mentalidad de otros integrantes que terminan por convertir a sus empresas en organizaciones delictivas, hasta el punto incluso de deteriorar los núcleos familiares, acabar con la economía y desacelerar el desarrollo y la calidad de vida de una sociedad. (Velásquez y Tarazona, 2016, p.p. 53-57)

La anterior investigación demuestra que las universidades, frente al flagelo de la corrupción en las empresas, están realizando estudios que buscan ayudar a entender por qué los profesionales formados en las universidades escogen el camino de lo ilícito y buscan las motivaciones para no actuar de forma ética en las organizaciones en donde se desempeñan.

Después de revisados los antecedentes que sustentan la investigación pasamos a las bases teóricas.

Bases teóricas

Las bases teóricas son el sustento de conceptos que otros investigadores han escrito. Para la presente investigación tendremos en cuenta a quienes han trabajado sobre qué es la ética en las organizaciones; la ética profesional; ética empresarial; ética en los negocios y la ética y la responsabilidad empresarial.

Figura 2. Diagrama de la ética y la moral en las organizaciones.
Elaboración propia basada en Cortina (1994)

Cortina (1994) al hablar en torno a la ética en la empresa expresa que los intereses de la ética en los negocios son: "la responsabilidad social que es incrementar sus beneficios". Frente a esta postura empieza a consolidarse la posición ética desde el ámbito empresarial y surgen instituciones y publicaciones específicas vinculadas al ámbito de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa (citado en Romero, Vargas y Monroy, 2017). Según Soto (2007) En 1987 la Business Ethics llega a Europa, donde se denominó Ética de las empresas. En ese mismo año se creó en Europa la European Business Ethics Network (Red Europea de la Ética de la Empresa EBEN). Desde entonces se han ido creado centros y cátedras específicas relativas a la ética empresarial y a la responsabilidad social de las empresas (citado en Romero et al., 2017)

Así mismo López (2013) agrega que:

> la ética profesional no es un tema de segundo orden, menos aún en sociedades como la mexicana donde la violencia, la injusticia social, la corrupción y el descrédito de los actores políticos que dirigen el poder público, se ha convertido en una ola que está invadiendo a las instituciones. Con mucha anticipación Durkheim (1992) expuso que los profesionales tienen la tarea moral de contribuir para crear un estado de orden y paz, atribuyendo a cada profesión un espacio desde el cual se adquiere el deber de colaborar para una vida civilizada. La pregunta que se desprende es si acaso las universidades están tomando en cuenta la vida contemporánea, tanto las necesidades teóricas y técnicas de las profesiones como las que se desprenden de la realidad socio-cultural y económica en donde se inscribe cada campo disciplinario y, por supuesto, los nexos que éstas tienen con los fenómenos de la vida pública que pautan la vida civil.

Las finalidades de la universidad no se reducen a la aptitud de los jóvenes para el mundo del trabajo (López, 2013). Es necesario preparar al estudiante para enfrentar los retos que se dan en el campo ético de los negocios y para ser proactivo en la creación de su destino tanto personal como profesional. En el campo empresarial los jóvenes solo desean salir graduados de la universidad sin preocuparse por el emprendimiento que es la solución a su vida laboral y a la de muchas personas que pueden depender de ese emprendimiento.

Por todas estas consideraciones dice López (2013) que:

> Se trata de poner en juego los saberes profesionales propios de cada campo formativo con las realidades sociales, económicas y culturales que le dan contexto y sentido humano a cada profesión. La urgencia ética en la sociedad mexicana marcada por la pobreza, la corrupción, el descrédito de las instituciones políticas, la violencia estatal y civil, la exclusión escolar, así como la disminución del espacio público para la convivencia pacífica, está constituyéndose en el apartado pendiente del currículo universitario.

El anterior es un llamado a las universidades para que en su plan de estudios implementen estas cátedras con casos prácticos de la vida real. Pero los docentes somos temerosos, nos da temor si exponemos en clases un caso que haya ocurrido por las implicaciones que ello puede traer a nuestra integridad personal.

López (2013) hace hincapié en que: “Los datos son alarmantes cuando observamos que los espacios dirigidos por profesionales egresados de las universidades se han convertido en generadores y reproductores de estos

males que lastiman a los individuos y a la sociedad". Estamos llamados desde nuestras cátedras a advertir a los estudiantes la importancia de ser ético en nuestra vida personal y laboral. Según Daros (2013) "La ética es el *estudio sistemático* de esta realidad: es la organización de conocimientos mediante principios, observaciones, reflexiones, deducciones, etc. A veces, sobre una realidad pueden darse diversas interpretaciones, hipótesis, teorías, valoraciones" (p.18).

Por ello en el ámbito de las conductas humanas, como en todo tipo de saber científico o filosófico, existen diversas teorías. Por eso, también son posibles diversas teorías acerca de la ética, acerca de lo que sea el bien y lo que sea el mal moral. Daros (2013) nos dice que:

> La ética profesional estudia lo que es lícito o ilícito hacer en el marco de una profesión; o bien lo que se *debe* hacer, desde el punto de vista ético, en una determinada profesión (*deontología profesional*).
>
> La profesión tiene un doble aspecto: A) implica el *perfeccionamiento propio* de una actividad a la que el hombre aplica sus energías materiales o espirituales; B) implica un servicio social al cual está orientada la actividad de ese profesional y de la cual vive.
>
> Una profesión es un medio técnicamente adquirido, para realizar un trabajo humano en beneficio de los seres humanos. El *trabajo* entonces es básicamente una acción ética, a la que se tiene derecho. Un Estado que niega la posibilidad material de ejercer el derecho al trabajo es altamente inmoral. El desempleo es hoy una de las grandes injusticias de la estructura social contemporánea que prefiere especular financieramente antes que invertir en producir. (Daros, 2013, p.78)
>
> El profesional debe tener la cualidad intelectual de saber lo propio de su especialidad y la cualidad moral de decir la verdad sobre los problemas tratados. El profesional, en cuanto es libre, es responsable de sus actos y de las consecuencias que se siguen de sus actos (de sus consejos, de sus indicaciones, de sus diagnósticos, de sus acciones operativas). Se opone a la responsabilidad la ligereza en el trato de los problemas, la superficialidad en los conocimientos, la falta de solidaridad para quien padece problemas, la extroversión, la falta de vida interior y de sentido humano.
>
> El profesional, como todo ser humano, es responsable primeramente ante su conciencia que, si es recta, le indica reconocer, respetar el ser del otro y promover su desarrollo. (Daros, 2013, p.81)

Entonces después de analizar los términos Deontología profesional y Ética profesional se puede concluir que la Ética profesional se refiere al

conjunto de normas éticas y morales que rigen el actuar profesional. La Deontología es un conjunto ordenado de deberes y obligaciones morales que regulan la actividad profesional es conocida como la teoría del deber. (Romero et al., p. 49)

Finalmente leemos en Daros (2013) que:

> La deontología (deovn: necesidad, deber) se constituye con el estudio sistemático de *lo que se debe hacer* en cada profesión. Encierra *el conjunto de las obligaciones o deberes profesionales* en cada actividad. Existe pues lugar para una deontología profesional del médico, del abogado, del docente, del técnico, etc. La deontología es la parte normativa de la ética.
>
> El *derecho* no se confunde con la moral y la ética. La ética supone la moral sobre la cual reflexiona, y el derecho supone la ética.

Ética y responsabilidad social

Según Alegría (2016)

> La ética es el conjunto de valores o principios morales que definen lo que está bien o mal para una persona, grupo u organización. La conducta ética se presenta cuando la organización fomenta que sus miembros se comporten de forma ética al aceptar y sujetarse a esos valores y principios. En términos amplios, la ética es la preocupación por un comportamiento debido; es la obligación de no solo considerar el bienestar personal, sino también el de las otras personas.

En su libro *Fundamentos de marketing* Diego Monferrer Tirado, al hablar del concepto básico de marketing, comparte la definición más actual del término:

> *Consenso y énfasis en la ética y responsabilidad social (AMA, 2007)* La ama revisa de nuevo el concepto en 2007 señalando que el «marketing es la actividad, conjunto de instituciones y procesos, llevadas a cabo por organizaciones e individuos para crear, comunicar, distribuir e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y para la sociedad en general» (AMA, 2007).
>
> Esta definición de la AMA (2007) supone dar consenso a las distintas aportaciones previas presentando el marketing como un conjunto de actividades, instituciones y procesos, y vinculándolo a términos como intercambio de ofertas, valor y diversos tipos de agentes (consumidores, clientes, socios y sociedad en general). (Monferrer, 2013, p.18).

En el texto titulado *La ética y la empresa* [Quieroapuntes.com] (s.f) leemos que:

> Las empresas debieran ser conformadas por propósitos responsables dirigidos a la consecución de valores éticos para con la comunidad y los empleados. La actividad empresarial de una organización afecta a muchos grupos constituyentes o Stakeholders (proveedores, accionistas, clientes, consumidores, competencia, comunidad general, etc.). Se exige de ella una actitud responsable para con dicha comunidad, ya que su comportamiento le repercute directa o indirectamente. Ser responsable significa dirigir la empresa midiendo el impacto de su actuación en estos grupos, respetando sus derechos e intereses legítimos. Se requiere evitar el engaño y la desinformación. (…)Las señales que entrega una empresa afectan a muchas personas, que confiando en la información, toman decisiones que a su vez afectan a otros. La comunidad confiará en estas señales en la medida que sean honestas.
>
> Además, la confianza necesita del reconocimiento de compromisos implícitos en las promesas. La competencia leal y la consecución por la calidad real son parte de la confianza. Su quebrantamiento perjudica directamente a las personas.
>
> Se debe poner especial atención en tratar de actuar justamente tanto en el otorgamiento de oportunidades al interior de la empresa, como frente a todos aquellos grupos que tienen relación directa o indirecta con el quehacer de la organización.

Soto (2007) afirma que:

> La ética en la administración ha llegado a ser una preocupación vital de las organizaciones en las últimas décadas. Las encuestas indican que el público no tiene alta estima a las empresas y a la ética en la administración. Para revertir esta situación el reto es comprender el verdadero significado de la ética en la administración, el porqué de su importancia y cómo debe integrarse en la toma de decisiones. Tanto la filosofía moral como la teoría de la administración contienen principios éticos que informarán a los gerentes interesados.
>
> Uno de los desafíos más notables es evitar la administración corrupta y pasar del modo amoral a la administración moral en el liderazgo, comportamiento, toma de decisiones, políticas y prácticas. La administración moral exige liderazgo ético. La administración moral requiere que los directivos comprendan y sean sensibles a todas las personas que se relacionan directamente con la organización y los intereses de cada uno de estos grupos. Si se pretende aplicar el modelo de administración moral, los directivos deben integrar la sabiduría ética a su sabiduría administrativa, y adoptar las medi-

das necesarias a fin de crear y mantener un clima ético en sus organizaciones. Si esto se logra, los objetivos deseables de la administración moral son alcanzables.

"Una institución en decadencia… es aquella en la que los dirigentes han perdido el rumbo, han olvidado sobre todo qué es lo que están intentando hacer exactamente."

Esto indica la importancia de los objetivos que son la base de las decisiones y el pilar fundamental del liderazgo. Pero lo importante es lo que le parece a cada uno cuando observa su organización y las conclusiones que obtiene para lograr la mayor eficacia de las empresas en entornos competitivos. (Soto, 2007, p.p.21-22).

La ética y la competitividad son inseparables, ninguna organización puede competir con éxito cuando las personas tratan de engañar a otras, es así como las prácticas éticas benefician a la organización en los siguientes aspectos:

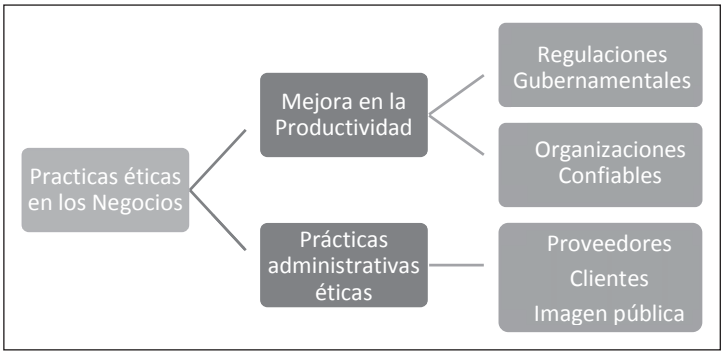


Figura 3. Diagrama de las prácticas éticas en los negocios.
Elaboración propia basada en Chiavenato (2015)

La ética influye en todas las decisiones de la organización, de allí que muchas de ellas tienen su código de ética, como una declaración que orienta y guía la conducta de sus miembros, para ello la organización debe tomar dos medidas:

1. Comunicar su código de ética tanto externo como interno.

2. Exigir sus conductas éticas de sus asociados, que respeten sus valores básicos y que adopten prácticas transparentes para sus negocios. Chiavenato (2015)

Diagnóstico

Los datos fueron obtenidos del grupo de estudiantes que cursa el 9 semestre del programa de Negocios Internacionales de la Universidad de la Guajira, a quienes se les analizó y evaluó en aspectos como: fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.. Los resultados muestran que se deben reforzar estos conceptos, y su aplicabilidad, ya que algunos estudiantes no tienen claridad de lo lícito e ilícito. Para ello hay que realizar un plan de mejoras con el fin de fortalecer la ética y la moral. Además de algunos murales en la universidad que hagan claridad al respecto considerando los tiempos difíciles que estamos viviendo.

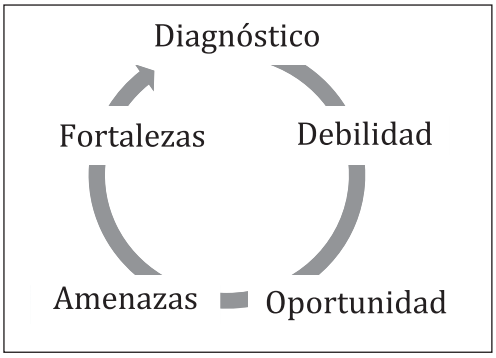


Figura 4. Diagrama del diagnóstico.
Elaboración propia tomada de Romero (2006)

En primera instancia Romero (2006) menciona que el enfoque del diagnóstico debe ser integral y sistémico, de manera que abarque la totalidad de las situaciones positivas (beneficios de las fortalezas y oportunidades) y las negativas (importancia de las debilidades y amenazas), que permitan un análisis minucioso y profundo de las variables o condiciones ambientales externas e internas que influyen o pueden influir en la organización y en el funcionamiento de una empresa o de un proyecto concreto.

Para Labrador (2002) el diagnóstico es una reconstrucción del objeto de estudio y tiene por finalidad detectar situaciones donde se ponga de manifiesto la necesidad de realizarlo.

Ander Egg (2003), autor clásico en Trabajo Social, desarrolla su concepción del diagnóstico a partir de ubicarlo dentro de la primera fase de la estructura básica de procedimiento, estudio, investigación y diagnóstico;

considerando que para actuar hay que tener un conocimiento de la realidad que se quiere modificar, disponiendo de los datos básicos y su correspondiente análisis e interpretación. Por tanto, el diagnóstico tiene una doble característica: servir directa e inmediatamente para actuar en sentido operativo y ser preliminar a la acción estudio. De lo que deriva la denominación de investigación diagnóstico-operativa.

Para realizar un diagnóstico es necesario que se conozca el entorno y los factores internos y externos que nos rodean. Es necesario identificar los puntos fuertes y débiles para poder realizar el diagnóstico y si se detectan fallas se realiza un plan de mejora. Visto así, el diagnóstico trata de adquirir los conocimientos necesarios sobre un determinado sector, área o problema, que es el ámbito de trabajo en el que se ha de actuar y su objetivo es lograr una apreciación general de la situación-problema, especialmente en lo que concierne a necesidades, problemas, demandas, expectativas y recursos disponibles.

Fortalezas

Schnarch (2005) define la fortaleza como una posición favorable que posee la organización en una relación con alguno de sus elementos (recursos, procesos) y que la sitúa en condiciones de responder eficazmente ante una oportunidad o ante una amenaza.

Las fortalezas para Basurto (2005, p.514-548) son los puntos fuertes de la empresa. Aquellas características propias de la compañía que le facilitan o favorecen el logro de los objetivos. Son factores internos que están en nuestra mano y son controlables por la organización.

Por otro lado Fred (2003) dice que una fortaleza es una actividad que la empresa puede controlar y cuyo desempeño se califica como excelente o deficiente. Puede estar en las actividades de dirección, mercadotecnia, finanzas, contabilidad, producción, operaciones, investigación, desarrollo y manejo de sistemas de información de una empresa. La identificación y evaluación de las fortalezas en las áreas funcionales de una empresa es una actividad estratégica básica. Las empresas intentan seguir estrategias que aprovechen las fortalezas internas y eliminen las debilidades internas.

Los puntos fuertes deben ser estudiados para saber la mejor manera de actuar en el campo organizacional. También pueden ser utilizados para

avanzar en la construcción de objetivos a corto, mediano y largo plazo, pues esto permite ir monitoreando y controlar el ambiente externo e interno.

Debilidades

Según el autor Schnarch (2005) una debilidad es una posición desfavorable que tiene la organización con respecto algunos elementos y que la ubica en condiciones de no poder responder eficazmente a las oportunidades y a las amenazas del entorno.

Para Basurto (2005) una debilidad es un punto débil de la empresa, una característica propia de la compañía que constituye un obstáculo interno al logro de la visión y de los objetivos. Es también un factor interno, un defecto de la organización.

Así mismo Francés (2001) define una debilidad como una característica de la empresa que dificulta o impide aprovechar las oportunidades o contrarrestar las amenazas. Por lo tanto una debilidad está referida a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituye una barrera para lograr la buena marca de la organización.

En el caso de las debilidades lo importante es asumir que se tienen fallas para después de determinarlas poder mejorarlas. Al identificarlas se puede hacer un plan para que se conviertan en puntos fuertes dentro de la organización y así avanzar en la dirección deseada.

Oportunidades

Schnarch (2005) dice que una oportunidad es una situación favorable, actual o futura que ofrece el ambiente a la organización, cuyo aprovechamiento adecuado y oportuno mejoraría su posición de competencia.

Por otra parte Ardichvili (2003) dice que las oportunidades son también una clave importante de la literatura de marketing estratégico, estrategia de negocios y finanzas: plan de negocios y evaluación de proyectos. Es considerada incluso el centro tanto del emprendimiento individual como corporativo.

Para Ponce H. las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización pero que re-

presentan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones.

Las oportunidades son las ventajas competitivas y comparativas que tiene la empresa y que deben ser exploradas porque a veces se tienen pero no se identifican y se pueden convertir en amenazas si no se utilizan en beneficio de la organización.

Amenazas

Señala Strickland (2001) que a menudo hay ciertos factores en el ambiente externo de una compañía que plantean una amenaza para su rentabilidad y su posición de mercado: la aparición de tecnologías más económicas, la introducción de productos nuevos o mejores de los rivales, el ingreso de competidores extranjeros de bajo costo en el mercado, las nuevas regulaciones más costosas para la compañía que para sus competidores, la vulnerabilidad a un incremento en las tasas de interés, el potencial de una mala adquisición, los cambios demográficos desfavorables, los cambios adversos en las tasas de cambio de divisas y otros factores por el estilo.

Continuando con otra investigación Ventura (2009) dice que el concepto *amenaza* del análisis DOFA hace referencia a las tendencias o los eventos futuros que provocarán un severo impacto disminuyendo las ventas y las utilidades si no se da una respuesta de carácter estratégico a tiempo. Y es conocida como un elemento del ambiente que rodea a la empresa cuyo efecto potencial es el de hacer que los productos pierdan valor relativo o que disminuyan las posibilidades de supervivencia a largo plazo.

Las amenazas para Robbins y Coulter (2005) son aquellas situaciones que presenta el entorno externo a la organización y que no puede controlar pero que le pueden afectar desfavorablemente y en forma relevante. Para enfrentar estas amenazas se debe estar atento a los factores externos ya que siempre están latentes en el medio del entorno donde se desarrolla la empresa.

Marco contextual

La Universidad de La Guajira se encuentra ubicada en Riohacha, capital del Departamento de la Guajira situado al norte del país sobre el mar Caribe.

Cuenta con extensiones en los municipios de Fonseca, Villanueva, Maicao y en el Centro Regional de Educación Superior —CERES— de Manaure. La Facultad de Ciencias Sociales ofrece los programas de Trabajo Social, Psicología y Derecho; además cuenta con la Maestría en Desarrollo de Familia, entre otras. La Facultad de Ciencias de la Educación está conformada por las licenciaturas en Pedagogía Infantil, Etnoeducación y Educación Física Recreación y Deportes. En cuanto a maestrías ofrece la Maestría en Ciencias de la Educación, Pedagogía de las TIC, Ciencias Físicas y Ciencias Ambientales. La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas cuenta con los programas de Administración Turística y Hotelera, Administración de Empresas, Contaduría Pública, Negocios Internacionales y Economía. La facultad ofrece las maestrías en Administración de Empresas, Administración de Negocios Internacionales y Turismo; cuenta además con el Instituto Técnico y el Observatorio del Mercado Laboral.

Para el desarrollo de su misión la universidad "se nutre de diferentes campos de la ciencia y la tecnología" (Universidad de La Guajira, 2005, p.37-38). Así forma profesionales y científicos que contribuyen al desarrollo económico y social de la región y el país.

Figura 5. Universidad de la Guajira Sede Riohacha.
Tomada de www.uniguajira.edu.co

> Las organizaciones componen mucho de la realidad social con la que la gente lidia en sus vidas cotidianas. Según Reade (2014) Desde gobiernos a organizaciones empresariales, estas estructuras dan forma y transforman las actividades de individuos de toda situación del mundo. Entender la historia de las organizaciones significa entender la historia y evolución de la civilización humana. (Cortez Mora, 2016, p.6)

> Por mucho tiempo, la historia de las organizaciones fue en gran parte la historia de la aún mayor centralización y control. Este cambio pareció tomar un significado aún más grande luego de la Revolución Industrial, que recorrió el mundo en el siglo XIX y comienzos del XX. Las grandes organizaciones empresariales llegaron a controlar la economía del mundo, aprovechando tremendas cantidades de capital para financiar grandes empresas comerciales. Los gobiernos respondieron con grandes cuerpos reguladores centralizados y programas de bienestar social. (Reade, 2014, p.25).
>
> Tradicionalmente era común que las empresas organizaran su estrategia a partir de su estructura. Esta idea convivía con un "mundo plano" y predecible, que permitía organizar una empresa, con una jerarquía y organigrama establecido para un determinado producto/s y mercado/s y a partir de ahí, se definía la estrategia a tomar. Ésto era posible porque el mercado no cambiaba, podría existir mayor o menor beneficio, en base a lo cual se modificaba, o no, la estrategia, pero siempre manteniendo la estructura impuesta originalmente. (Begoña García, s.f., p.1)
>
> Gradualmente, después de la Segunda Guerra Mundial, un nuevo tipo de evolución estructural pareció lograr influir a las organizaciones. Es por esto que Reade (2014) La descentralización donde el proceso de toma de decisiones es delegado a unidades autónomas más pequeñas en lugar de un control central mayor, se convirtió en el modelo. Las organizaciones más pequeñas comenzaron a tener ventajas sobre las organizaciones más grandes en la economía postindustrial, ya que eran más rápidas para reaccionar al cambio y dinamismo. Los gobiernos respondieron delegando más control a las autoridades locales en el nuevo federalismo. (Cortez Mora, 2016, p.7)

De los estudios organizacionales en América Latina resulta interesante considerar las configuraciones de los grupos de investigación que se han realizado. Estos grupos se han constituido en un esfuerzo para construir una pequeña comunidad con un proceso de vinculación entre sí.

Según Buenaño Tapia (2014) "Los problemas que más aquejan a las empresas latinoamericanas es la deficiente comunicación entre las áreas que hacen parte de un mismo proceso, allí se puede ver una marcada preocupación en países como Perú, Panamá y El Salvador, donde el 32 por ciento de las empresas encuestadas, consideró que este es un inconveniente muy frecuente"..

> En el ámbito nacional, un elemento que nos permite aproximarnos al análisis de la problemática de las organizaciones es el de la estructura actual del tejido empresarial colombiano. […]En el ámbito organizacional, la prin-

cipal dificultad que enfrentan las empresas colombianas en su mayoría de tamaño micro, pequeño y mediano es su baja capacidad de gestión, la cual se ve reflejada en las dificultades que tienen para proponerse objetivos de crecimiento y desarrollo, y para gestionar de manera eficiente sus recursos (humanos, financieros, tecnológicos, etc.). Ello se manifiesta en cuatro aspectos de la gestión organizacional.

En primer lugar, en lo relacionado con la dimensión estratégica, se destaca la poca claridad sobre la razón de ser y la proyección del negocio, que generalmente responde a una visión de corto plazo. De la misma forma, existe desconocimiento y poca vigilancia del entorno, junto con una limitada medición y control sobre lo que se hace, sobre la consecución de resultados y el logro de objetivos.

En segundo lugar, los empresarios no hacen un uso efectivo de las prácticas adecuadas para motivar y dirigir a su personal, de tal forma que puedan aprovechar mejor sus potencialidades para construir ambientes de trabajo que mejoren la calidad de vida dentro y fuera de las empresas.

En tercer lugar, en lo relativo al ordenamiento de las actividades, se observa una gran dificultad para configurar la estructura de la organización, de acuerdo con la dinámica del entorno, con la identidad de la empresa y con su estrategia.

Por último, en lo relativo a los procesos, existen grandes limitaciones debidas a una visión meramente funcional (recursos humanos, finanzas, producción y mercadeo), mal comprendida y utilizada por las organizaciones, la cual no permite tener una perspectiva integral del negocio que impulse sus potencialidades y logre mejores resultados. (Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad. Grupo de Investigación. Universidad del Rosario. Programa de Divulgación Científica. Tomo II. Fascículo 6 p.p 5-7)

La estructura organizacional según Chiavenato es el patrón para organizar el diseño de una empresa, con el fin de concluir las metas propuestas y lograr el objetivo. Al escoger una estructura adecuada se da a entender que cada empresa es diferente, y toman la estructura organizacional que más se acomode a sus prioridades y necesidades y se “Debe reflejar la situación de la organización”. Es importante resaltar la mejor forma de organización de la empresa. Se han establecido cuatro estructuras: lineal, matricial, circular por departamentalización e híbrida. (Alvarado, 2014, p.4)

Las organizaciones son la creación más sofisticada y compleja de la humanidad. Son la base de todos los inventos. El conocimiento humano ha creado maravillas, como la computadora, las naves espaciales, los aviones, el teléfono celular y otras tecnologías avanzadas, pero olvidamos que estos inventos fueron concebidos y desarrollados dentro de organizaciones. Todos

los descubrimientos modernos son producto de organizaciones que proyectan, crean, desarrollan, producen, perfeccionan, distribuyen y entregan lo que necesitamos para vivir. Las organizaciones innovan continuamente productos, servicios, instalaciones, medios de entretenimiento e información. (Chiavenato, 2009, p.2)

Factores como la globalización de los mercados, la difusión de la Infotecnología y las incertidumbres inherentes a estos fenómenos han contribuido al descontento hacia las estructuras organizativas tradicionales, quedando obsoletas y dando paso a la necesidad de crear nuevas formas organizativas que se adapten mejor al nuevo entorno.

De esta forma, en el nuevo entorno la competitividad de las empresas se ve comprometida por dos aspectos interrelacionados: el primero, un uso intensivo y racional de las tecnologías de la información y la comunicación, que cree valor añadido a la organización y favorezca el segundo aspecto, el conocimiento, recurso fundamental de las organizaciones.

En la nueva era del conocimiento nos movemos hacia el aprendizaje en las organizaciones, siendo la innovación el factor clave para el crecimiento de las empresas. La innovación ha dejado de ser una estrategia puntual de la empresa para convertirse en algo inherente a la misma y para lograrlo, es necesario dotar a la organización de una serie de características que permitan generar esta capacidad emprendedora.

Características como la flexibilidad, enfatizando en la creación de equipos y grupos de trabajo pequeños que permitan adaptarse rápidamente a las necesidades del cliente, relacionándose entre ellos y con el exterior de manera ágil; formar una red de relaciones cambiantes, que se adapten a los nuevos proyectos; establecimiento descentralizado de objetivos y jerarquía horizontal, que permita aflorar las capacidades creativas de todos los individuos y se facilite la comunicación y establecimiento de nuevas ideas; y sobretodo, el uso de las nuevas tecnologías que faciliten la coordinación y acceso a la información. (Begoña, 2014, p.8)

Una organización en aprendizaje es una concepción de gestión actual que se caracteriza por la importancia que se da a las personas, y a la renovación de las formas organizativas que favorecen la iniciativa, creatividad y el aprendizaje.

Esta nueva percepción organizativa hace considerar a la tradicional estructura burocrática como una barrera para la innovación y el aprendizaje, ya que inhibe la creatividad, la exploración y la transferencia de conocimientos entre las personas que forman parte de la organización. Por ello, las estructuras organizativas deben alterarse para eliminar los principios burocráticos que entorpecen su adaptación a la nueva realidad.

Según F. Sáez Vacas, O. García, J. Palao y P. Rojo (2003) una organización se transforma en aprendiente cuando comparte y usa el conocimiento de tal manera que sus miembros se unen en un esfuerzo para cambiar el modo en que esta organización responde a los desafíos y a los cambios que actualmente plantea el entorno. Una actitud y estilo abiertos al cambio, por parte de la organización que institucionaliza el aprendizaje, revertirá en una ventaja competitiva derivada de un mejor posicionamiento en el mercado. El aprendizaje organizacional es más que la simple colección de experiencias individuales de aprendizaje. Éste surge cuando las nuevas ideas, producto del aprendizaje individual, son comunicadas a otros, validadas y aprobadas por la organización, generándose a la vez un intercambio de modelos mentales que asegura innovación y efectividad.

Las organizaciones se enfrentan a un nuevo mundo, un mundo más complejo en el que el cambio constituye el factor principal, por tanto, el modelo burocrático tradicional queda anticuado y obsoleto a esta nueva realidad a la que los enfrentamos, mientras que las nuevas organizaciones aprendientes son capaces de adaptarse al entorno, con cada vez, menor tiempo de respuesta y mayor eficacia.

Las organizaciones burocráticas y mecanicistas han creado grandes estructuras burocráticas, que se visualizan e identifican. Sin embargo, los nuevos tipos de organizaciones difícilmente se identifican. En la mayoría de los casos ni es posible expresar su estructura mediante un organigrama, además, hay elementos o determinantes que los caracterizan, como la capacidad de reacción o flexibilidad, que simbólicamente no pueden representarse. (Begoña, 2014, p.2-3)

[…]Es una organización aprendiente integrada por unidades organizativas flexibles que se coordinan a través de la discusión o de la adaptación mutua.

Asimilan sobretodo la tecnología de Internet, Informática y Telecomunicación (que incluye en el término Infotecnología), lo que permite generar potentes efectos de red y por tanto, no sólo una intranet o red interna, sino también una red de redes, robusta y estable, en la que se involucran muchas empresas vertical y horizontalmente, interna y externamente.

Buscan la eficiencia por la reducción de los costos, el control por la adquisición de mucha información (evitando así situaciones de inseguridad), la potenciación de la creatividad e innovación, y la estabilidad. Lo que confiere gran flexibilidad y capacidad de cambio para adaptarse al entorno.

[…]Estructura organizativa que responde a las necesidades del mercado actual con mayor facilidad que otras estructuras tradicionales, debido a su facilidad de adaptación y por supuesto utilizando las Tecnologías de la Información de forma intensiva. En cierto modo se puede considerar como una extensión de las organizaciones en red.

Se podría decir que no es un concepto nuevo, ya se ha aplicado cuando alguna empresa ha externalizado parte de su proceso de generación de valor, confiando ciertas funciones y actividades a otras empresas con las que colaboraba para completar la mencionada cadena de valor.

[…]Para una empresa virtual la informática es una herramienta importante e imprescindible, pero no es posible catalogarla bajo el término "empresa informática", puesto que sus objetivos siguen siendo los que posiblemente ya tenía en el mercado real, pero que a través de Internet, adquieren una importante dimensión, oportunidades, donde rige otra cultura, un nuevo lenguaje y unas nuevas formas de comunicarse e interactuar. Es, asimismo, un mercado que precisa de nuevas metodologías, distribución y estrategias de desarrollo en constante cambio y aceptación.

La Adhocracia se caracteriza por no existir apenas jerarquía vertical, ni división departamental formal, ni reglas, ni procedimientos preestablecidos para enfrentar los problemas. Se caracteriza por una gran diferenciación horizontal y gran descentralización. La elevada especialización horizontal en los puestos de trabajo y la formación de pequeños grupos de trabajo la hace ideal para lograr la máxima creatividad e innovación.

Responde con gran velocidad a los cambios de manera que puedan adaptarse a las necesidades de sus clientes (adhocracia operativa) o a las suyas propias (adhocracia administrativa).Por tanto, la fortaleza de estas organizaciones se encuentra en la capacidad de respuesta rápida, la innovación y la facilidad de coordinación de los diversos especialistas.

Sin embargo, los conflictos forman parte del ambiente cotidiano, puesto que las relaciones jefe-subordinado no están claramente establecidas y hay ambigüedades en cuanto a la autoridad y responsabilidades. Otro aspecto negativo de este tipo de organización es la imposibilidad de crear una base de conocimiento. Al no querer formalizar el comportamiento de la organización, la generación de ideas innovadoras no va a potenciar la sistematización de las mismas y por tanto, la posible utilización por parte de otros miembros de la empresa. (Begoña, 2014, p.4-6)

Esta realidad exige, más que grandes organizaciones de tipo formal, del liderazgo y de la capacidad de balancear los intereses específicos de cada sector con los intereses comunes. La estructuración de esta dimensión descansa fundamentalmente en la habilidad de un gran número de actores para organizar y desarrollar estrategias y capacidad de interacción entre los actores involucrados, públicos y privados.

El funcionamiento eficaz del nivel macro está fuertemente determinado por el desempeño nacional en el nivel meta. A su vez, la acción acertada en este nivel constituye un factor fundamental para el éxito de las acciones específicas en los niveles macro y micro.

En el nivel macro se deben definir claramente los criterios de estructura organizacional a aplicar, así como las estrategias que conduzcan a la aplicación de dichos criterios descartando en todo momento el proteccionismo que aislar a la industria de la verdadera competencia internacional, y exigiendo crecientes y reales niveles de competitividad internacional. (Lascaris, 2002)

El cambio tecnológico, la apertura de los mercados, el papel de la información y la, creciente, influencia de los grupos de interés sobre los procesos organizacionales; hacen necesaria que toda organización requiera de un diseño organizacional dotado de características como pertinencia, flexibilidad, capacidad de adaptación y una continua y adecuada interacción o participación del talento humano; que le permitan no sólo afrontar sino potenciar dichos factores para ser transformados en oportunidades que finalmente se traduzcan en ventaja competitiva. (Barrios, 2009, p.13)

A pesar de que todas las organizaciones tienen puntos débiles y dificultades en su estructura organizativa, algunos problemas son más comunes que otros. Identificar los problemas en la estructura organizativa es uno de los primeros pasos para mejorar el flujo de una organización que puede conducir a la satisfacción del cliente, retención de empleados y sólidas relaciones de negocios.

La retroalimentación es la capacidad de los clientes y empleados de expresar sus opiniones, inquietudes e ideas. Sin retroalimentación, el liderazgo en una empresa puede ser enfrentado con una visión de túnel en el que sólo se ve a la organización de arriba hacia abajo. Los comentarios ayudan a la gerencia y a los ejecutivos para evaluar su eficacia en la comunicación, en los sistemas implementados y en las políticas establecidas. Algunos ejemplos de mecanismos eficaces son las encuestas, los grupos de discusión y las reuniones uno a uno. La falta de información puede crear un entorno de trabajo de frustración, haciendo que los empleados no se sientan apreciados y no encuentren su identidad en sus puestos de trabajo. La falta de motivación y propósito entre los empleados pueden causar una alta tasa de rotación, mal servicio al cliente y un ambiente que provoque conflictos.

La estructura organizativa depende de la visión, metas y dirección. Si no hay una meta o una dirección proporcionada por los miembros de la organización, los empleados pueden carecer de motivación y ser improductivos. Una empresa necesita establecer una declaración de su misión que defina su razón de ser. La declaración de la misión debería incluir los valores fundamentales que ayuden a explicar cómo la declaración de la misión se lleva a cabo en los asuntos cotidianos de la empresa. Estos dos elementos proporcionan la visión, objetivos y directrices sobre la manera de llevarlos a cabo. (Papa, 2011, p.31)

Marco Legal de la Ética

Dentro de la normativa que se tendrá en cuenta para sustentar algunas definiciones relacionadas con las concepciones y prácticas que hacen parte de la ética empresarial, encontré algunos documentos de consulta, como: El Modelo EFQM de Excelencia Empresarial, creado en 1991.

En primer lugar, está la Constitución Política, principal normativa que existe en Colombia desde su aprobación en 1991 y que garantiza todos los derechos sociales, económicos y culturales de los ciudadanos colombianos que residen dentro y fuera del país.

Luego, en 1992, aparecen las Normas ISO 14000 durante la cumbre de las Naciones Unidas en Río de Janeiro, creadas para conseguir un equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad de las empresas y la reducción de los impactos en el ambiente de sus áreas de influencia. En 1997 la Coalición de Economías Responsables Ecológicamente y el Programa de la ONU para el Medio Ambiente crean el Global Reporting Initiative para establecer principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social.

También, otra de las iniciativas de la ONU es el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, anunciado por su secretario general Kofi Annan en el Foro Económico Mundial en 1999. El objetivo: alinear a las empresas en temas como derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción. Asimismo, otro tema que involucra a la ética empresarial que es importante mencionar son los Objetivos de Desarrollo Sostenible - ODS, publicados y adoptados en 2015 por los integrantes de las Naciones Unidas durante la Cumbre para el Desarrollo Sostenible, con el objetivo de poner fin al hambre, alcanzar la igualdad de género, mejorar los servicios de salud y lograr que todos los niños asistan a la escuela.

De igual forma, encontrar otras normas internacionales que se crearon en 2008 como la Norma de Aseguramiento de Sostenibilidad AA 1000 AS, la SGE 21:2008 en Gestión Ética y Responsabilidad Social. Luego, en el 2010 aparecería la SA 8000 y la ISO 26000 en Gestión de Responsabilidad Social. También está la Guía Técnica Colombiana GTC 180 de Responsabilidad Social creada en el 2008 por el Icontec, que toma como principio para su creación la ISO 26000 en Gestión de Responsabilidad Social y existen normas como el Código de Ética del Administrador de Empresas creado mediante el Acuerdo 003 del 9 de julio de 1987 por el Ministerio Nacional de Comercio, Industria y Turismo y el Consejo Profesional de Administración de Empresas. (Velásquez y Tarazona, 2016, p.p. 31-32)

Todas las profesiones cuentan con un código de ética propio que regula el desarrollo de las mismas. Entre estas mencionamos el Código de Ética del Negociador Internacional por ser pertinente al trabajo realizado, de igual manera el Código de Ética y Buen Gobierno de la Universidad de la Guajira y el de La Gobernación de la Guajira.

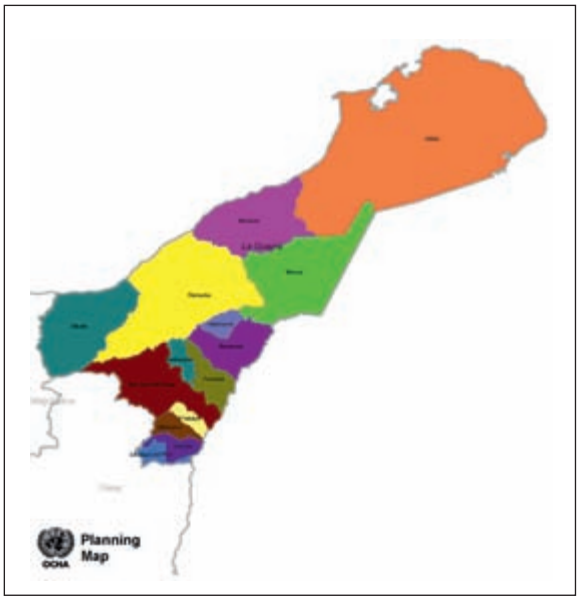


Figura 6. Contexto del Departamento de la Guajira.
Fuente https://www.google.com.co/search?q

Código de Buen Gobierno para la Gobernación del Departamento de La Guajira

Vislumbra las normas, instrumentos, mecanismos, principios y valores que deben regir dentro de la Administración Central, todo esto, con la necesidad de plantear una mejor institución y crear control al interior de la misma.

Su contenido visiona de manera amplia el funcionamiento de la Entidad, es por tal que a partir de la incorporación del presente documento las actuaciones de la gobernación del departamento de la guajira, estarán orientadas a cumplir una función de liderazgo y de referente en la construcción del tipo de Organización que se vive en el presente, y aporta en la configuración de la que tendremos en el futuro, a través de los impactos de orden cultural e institucional que dichas actuaciones modelan.

El Código de Buen Gobierno se constituye en el estándar de control del Elemento de Control Estilo de Dirección del Modelo Estándar de Control

Interno – MECI 1000:2005, que ayuda a definir la filosofía y el modo de administrar del gobernador como gerente público y hace parte de los objetivos de fortalecimiento de la política de control que se plantea la administración departamental.

La promulgación del presente Código de Buen Gobierno, expresa el compromiso de la entidad en general, y de cada uno de sus funcionarios en particular, enfocado en la prestación del servicio, con capacidad institucional, incrementando la credibilidad, la confianza y la gobernabilidad en los grupos de interés, unificando un estilo de dirección, y alineando a los directivos de primer nivel bajo los mismos parámetros de comportamiento, siendo este el instrumento para generar buenas prácticas administrativas que incrementen y fortalezcan la gobernabilidad; y que contribuyan adicionalmente en la construcción de cultura democrática por la vía de la integridad, la eficiencia y la transparencia en el desempeño de la función administrativa que le ha conferido el Estado.

Es así como en la administración departamental se establecen compromisos relacionados con el direccionamiento del Departamento, la relación con los órganos de control externo, la gestión íntegra, la gestión del talento humano, la comunicación e información, la calidad, la responsabilidad social con la comunidad, la responsabilidad con el medio ambiente, los conflictos de interés, la contratación pública, los gremios económicos, el control interno, y la gestión del riesgo; ejes temáticos orientados a la interacción de la Administración con los grupos de interés, para fortalecer la participación de toda la comunidad.

Para efectos de la comprensión de los diferentes aspectos que consagra el presente Modelo de código de buen gobierno para entidades públicas, se establecen los siguientes significados de las palabras y expresiones empleadas en el texto.

Código de Buen Gobierno: Disposiciones voluntarias de autorregulación de quienes ejercen el gobierno de las entidades, que a manera de compromiso ético buscan garantizar una gestión eficiente, íntegra y transparente en la administración pública. Este documento recoge las normas de conducta, mecanismos e instrumentos que deben adoptar las instancias de dirección, administración y gestión de las entidades públicas, con el fin de generar confianza en los públicos internos y externos hacia el ente estatal.

Código de Ética Carta de Valores: Es el documento de referencia para gestionar la ética en el día a día de la entidad. Está conformado por los principios, valores y directrices que, en coherencia con el código de buen gobierno, todo servidor público de la entidad debe observar en el ejercicio de su función administrativa.

Comité de Buen Gobierno: Instancia encargada de ejercer la veeduría sobre el cumplimiento del Código de Buen Gobierno, y el facultado en el tema de la prevención y manejo de los conflictos de interés dentro de la entidad.

Comité de Ética: Instancia organizacional encargada de promover y liderar el proceso de implantación de la gestión ética para entidades del Estado, encauzado hacia la consolidación del ejercicio de la función pública en términos de eficacia, transparencia, integridad y servicio a la ciudadanía por parte de todos los servidores públicos de la entidad.

Conflicto de Interés: Situación en virtud de la cual una persona, en razón de su actividad se encuentra en una posición en donde podría aprovechar para sí o para un tercero las decisiones que tome frente a distintas alternativas de conducta.

Gobernabilidad: Conjunto de condiciones que hacen factible a un gobernador o director el ejercicio real del poder que formalmente se le ha entregado para el cumplimiento de los objetivos y fines bajo la responsabilidad de su cargo. Esta capacidad de conducir al colectivo se origina en el grado de legitimación que los diversos grupos de interés conceden a la dirigencia, y se juega en el reconocimiento de: a) Su competencia e idoneidad para administrar la entidad en el logro de los objetivos estratégicos -eficiencia-; b) El cumplimiento de principios y valores éticos y la priorización del interés general sobre el particular –integridad-; y c) La comunicación para hacer visibles la forma como se administra y los resultados obtenidos transparencia.

Grupos de Interés: Personas, grupos o entidades sobre las cuales el ente público tiene influencia, o son influenciadas por ella.

Modelo Estándar de Control Interno –MECI-: Modelo establecido por el estado para sus entidades, que les proporciona una estructura para el control a la estrategia, a la gestión y a la evaluación, con el propósito de mejorar su desempeño institucional mediante el fortalecimiento del control y de los procesos de evaluación que deben llevar a cabo las Oficinas de Control Interno, Unidades de Auditoría Interna o quien haga sus veces.

Políticas: Directrices u orientaciones por las cuales la alta dirección define el marco de actuación con el cual se orientará la actividad pública en un campo específico de su gestión, para el cumplimiento de los fines constitucionales y misionales de la entidad, de manera que se garantice la coherencia entre sus prácticas y sus propósitos.

Principios Éticos: Creencias básicas sobre la forma correcta como debemos relacionarnos con los otros y con el mundo, desde las cuales se erige el sistema de valores éticos al cual la persona o el grupo se adscriben.

Rendición de Cuentas: Deber legal y ético de todo funcionario o persona de responder e informar por la administración, el manejo y los rendimientos de

fondos, bienes y/o recursos públicos asignados, y los respectivos resultados, en el cumplimiento del mandato que le ha sido conferido. De esta manera se constituye en un recurso de transparencia y responsabilidad para generar confianza y luchar contra la corrupción.

Riesgos: Posibilidad de ocurrencia de situaciones que pueden ser de dos clases: eventos negativos, tanto internos como externos, que pueden afectar o impedir el logro de los objetivos institucionales de una entidad pública, entorpeciendo el desarrollo normal de sus funciones; o los eventos positivos, que permiten identificar oportunidades para un mejor cumplimiento de la función pública.

Sistema de Desarrollo Administrativo: Conjunto de políticas, estrategias, metodologías, técnicas y mecanismos de carácter administrativo y organizacional para la gestión y manejo de los recursos humanos, técnicos, materiales, físicos y financieros de las entidades de la administración pública, orientado a fortalecer la capacidad administrativa y el desempeño institucional de conformidad con la reglamentación pertinente.

Sistema de Gestión de Calidad: Procedimiento sistemático y transparente por medio del cual se busca que las entidades puedan mejorar su desempeño y capacidad de proporcionar calidad y satisfacción social en la prestación de los servicios a su cargo, respondiendo así a las necesidades y expectativas de los grupos de interés, dirigiendo y evaluando el desempeño institucional. Está enmarcado en los planes estratégicos y de desarrollo de las entidades y lo soporta un modelo de operación por procesos.

Transparencia: Principio que subordina la gestión de las instituciones a las reglas que se han convenido y que expone la misma a la observación directa de los grupos de interés; implica, así mismo, el deber de rendir cuentas de la gestión encomendada.

Valores Institucionales: Acuerdos que inspiran y rigen la vida de la entidad, orientados a asegurar la eficiencia, integridad y transparencia del ente y el logro de sus objetivos corporativos. Tienen carácter obligatorio por ser acuerdos de comportamiento, razón por la cual deben ser compartidos por todo el ente. Deben estar enmarcados dentro de las normas constitucionales y los principios éticos de la gestión pública, siendo el soporte de su cultura organizacional. (Código de Ética y Buen Gobierno Gobernación de la Guajira 2008)

Código de Ética y Buen Gobierno Universidad de La Guajira

La Universidad de La Guajira como ente Universitario Autónomo del orden departamental, le corresponde prestar los servicios públicos de educación

superior tal como lo determine la Constitución Política de Colombia y la ley, es consciente de su responsabilidad social y del compromiso por mantener altos estándares éticos y morales en todas sus actuaciones, generando y conservando una cultura que produzca confianza y credibilidad de parte de la ciudadanía hacia la Universidad y sus funcionarios, al reconocer que estos son actores fundamentales en la gestión y desarrollo de la ciudad y de la región, son ejemplo de moralidad en todas sus acciones.

Para dar cumplimiento a estas obligaciones la Universidad de La Guajira en todos sus órdenes y con la participación activa de sus funcionarios, considera eminentemente importante adoptar el presente documento que constituye la concreción de la misión, la visión, los valores institucionales, atributos de la cultura organizacional y estilo de dirección imperante en la institución; mediante este instrumento se manifiesta a la comunidad la forma en que se demuestra el compromiso con el desarrollo de la región en el ejercicio diario de las actividades, al impartir formación de calidad a la comunidad estudiantil con el fin de formar profesionales que aporten sus conocimiento para lograr una mejor calidad de vida a nivel regional, nacional e internacional.

Este documento compila los fundamentos que permiten la reflexión, valora la experiencia y manifiesta la práctica diaria de la Universidad en todas sus actividades, por lo mismo se convierte en guía de actuación para ésta y sus funcionarios. Adicionalmente consagra los mecanismos e instrumentos tendientes a asegurar la adecuada administración de los asuntos de la comunidad universitaria, velando por la garantía de los fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución Política, para lo cual se comprometen a facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan en aspectos tales como el económico, político, administrativo y cultural.

Históricamente la ética pública ha sido un tema de constante debate en la comunidad universitaria de la Universidad de la guajira, cada vez que en la Universidad se toman decisiones que impactan a los estamentos universitarios o la ciudadanía en general, este tema sale a relucir, por lo tanto, es conveniente y adecuado que la institución cuente con fundamentos con los cuales se decide en la administración pública.

Para los usuarios, estudiantes, docentes, funcionarios, contratistas, proveedores y comunidad universitaria en general, el presente código de ética y buen gobierno constituye el marco ético y moral de todos los que son parte de la administración, indica el estilo de dirección, por lo mismo se convierte en el marco normativo conforme al cual se evalúe el comportamiento de los funcionarios y de los estamentos universitarios.

Sus normas y su espíritu hacen parte de las relaciones laborales dentro del claustro universitario y la posición ante las demás partes interesadas, por lo mismo son de naturaleza imperativa para la comunidad universitaria y demás parte interesada, convirtiéndose en un elemento de control, donde cada uno de ellos debe velar por su aplicación sistemática, conocerlo, interiorizarlo, divulgarlo, practicar sus postulados, y someterse a las consecuencias de su trasgresión. (Código de Ética y Buen Gobierno de la Universidad de la Guajira 2012)

Objetivos del Código de Ética y Buen Gobierno

Objetivo General. El objetivo del código de ética y buen gobierno consiste en reglamentar y orientar el comportamiento de los servidores públicos y de todos aquellos que de una u otra forma desarrollan acciones laborales y contractuales al interior de la Universidad, fomentar las actuaciones bajo los principios de la ética y la moral y a su vez incrementar la satisfacción de los usuarios propiciando respuestas efectivas bajo los parámetros legales establecidos en la normatividad interna, la constitución y la ley.

Objetivos Específicos.

• Actuar eficientemente en el propósito de obtener el reconocimiento de calidad para los programas existentes en virtud de las disposiciones legales que rigen para la educación superior en Colombia.

• Desarrollar de forma articulada las áreas sustantivas de docencia, investigación y proyección social en cada uno de sus ámbitos de intervención.

• Cualificar permanentemente a los docentes en su disciplina y en metodologías de enseñanza aprendizaje para reafirmar la excelencia académica.

• Garantizar cobertura educativa para los diferentes programas de formación técnica, tecnológica, profesional y postgraduada, acorde con la capacidad institucional y sus propósitos de formación.

• Desarrollar programas de bienestar que propicien el desarrollo integral de las personas y de los diferentes estamentos que conforman la comunidad universitaria.

• Promover un clima armonioso e integral que permita la interacción permanente entre los funcionarios de Uniguajira, bajo lineamientos que rigen la conducta humana.

• Optimizar la utilización de los recursos institucionales manteniendo una estructura académica, administrativa y financiera flexible, auto sostenible y productiva.

• Consolidar una comunidad académica con reconocimiento internacional promoviendo actividades especiales de proyección con el exterior.

El presente código constituye el marco ético y moral de todos los que son parte de la institución, aplica a todas las actuaciones del consejo superior, rector, vicerrectores, asesores, directivos, directores provinciales, directores de programas, administrativos, servidores, contratistas, proveedores por lo mismo se convierte en el marco normativo conforme al cual se evalúe el comportamiento de los funcionarios y de los estamentos universitarios. Al igual compila los fundamentos que permiten la reflexión, valora la experiencia y manifiesta la práctica diaria de la Universidad en todas sus actividades, por lo mismo se convierte en guía de actuación para ésta y sus funcionarios.

Glosario de términos

Administrar: Gobernar, ejercer la autoridad o el mando sobre un territorio y sobre las personas que lo habitan. Dirigir una institución. Ordenar, disponer, organizar, en especial la hacienda o los bienes.

Código de Buen Gobierno: disposiciones voluntarias de autorregulación de quienes ejercen el gobierno de las entidades, que a manera de compromiso ético buscan garantizar una gestión eficiente, íntegra y transparente en la administración pública. Este documento recoge las normas de conducta, mecanismos e instrumentos que deben adoptar las instancias de dirección, administración y gestión de las entidades públicas, con el fin de generar confianza en los públicos internos y externos hacia el ente estatal.

Código de Ética: documento de referencia para gestionar la ética en el día a día de la entidad. Está conformado por los principios, valores y directrices que en coherencia con el Código de Buen Gobierno, todo servidor público de la entidad debe observar en el ejercicio de su función administrativa.

Comité de Buen Gobierno: instancia encargada de ejercer la veeduría sobre el cumplimiento del Código de Buen Gobierno, y el facultado en el tema de la prevención y manejo de los conflictos de interés dentro de la entidad.

Comité de Ética y Buen Gobierno: instancia organizacional encargada de promover y liderar el proceso de implantación de la gestión ética para entidades del Estado, encauzado hacia la consolidación del ejercicio de la función pública en términos de eficacia, transparencia, integridad y servicio a la ciudadanía, por parte de todos los servidores públicos de la entidad. Conflicto de Interés: situación en virtud de la cual una persona, en razón de su actividad, se encuentra en una posición en donde podría aprovechar para sí o para un tercero las decisiones que tome frente a distintas alternativas de conducta.

Gestionar: Hacer diligencias conducentes al logro de un negocio o un objetivo.

Gobernabilidad: conjunto de condiciones que hacen factible a un gobernante o director el ejercicio real del poder que formalmente se le ha entregado para el cumplimiento de los objetivos y fines bajo la responsabilidad de su cargo. Esta capacidad de conducir al colectivo se origina en el grado de legitimación que los diversos grupos de interés conceden a la dirigencia, y se juega en el reconocimiento de: a) Su competencia e idoneidad para administrar la entidad en el logro de los objetivos estratégicos eficiencia; b) El cumplimiento de principios y valores éticos y la priorización del interés general sobre el particular integridad; c) La comunicación para hacer visibles la forma como se administra y los resultados obtenidos transparencia.

Grupos de Interés: personas, grupos o entidades sobre las cuales el ente público tiene influencia, o son influenciadas por éste. Es sinónimo de "Públicos internos y externos", o "Clientes internos y externos", o "partes interesadas".

Misión: definición del quehacer de la entidad. Está determinada en las normas que la regulan y se ajusta de acuerdo con las características de la institución.

Modelo Estándar de Control Interno –MECI-: modelo establecido por el Estado para sus entidades mediante el Decreto No. 1599 de 2005. Proporciona una estructura para el control a la estrategia, a la gestión y a la evaluación, con el propósito de mejorar el desempeño institucional mediante el fortalecimiento del control y de los procesos de evaluación que deben llevar a cabo las Oficinas de Control Interno, Unidades de Auditoría Interna o quien haga sus veces.

Políticas: directrices u orientaciones por las cuales la alta dirección define el marco de actuación con el cual se orientará la actividad pública en un campo específico de su gestión, para el cumplimiento de los fines constitucionales y misionales de la entidad, de manera que se garantice la coherencia entre sus prácticas y sus propósitos.

Principios Éticos: creencias básicas sobre la forma correcta como debemos relacionarnos con los otros y con el mundo, desde las cuales se erige el sistema de valores éticos al cual la persona o el grupo se adscriben.

Rendición de Cuentas: deber legal y ético de todo funcionario o persona de responder e informar por la administración, el manejo y los rendimientos de fondos, bienes y/o recursos públicos asignados, y los respectivos resultados, en el cumplimiento del mandato que le ha sido conferido. De esta manera se constituye en un recurso de transparencia y responsabilidad para generar confianza y luchar contra la corrupción.

Riesgos: posibilidad de ocurrencia de situaciones que pueden ser de dos clases: eventos negativos, tanto internos como externos, que pueden afectar o impedir el logro de los objetivos institucionales de una entidad pública, entorpeciendo el desarrollo normal de sus funciones; o los eventos positivos, que permiten identificar oportunidades para un mejor cumplimiento de la función pública.

Transparencia: principio que subordina la gestión de las instituciones a las reglas que se han convenido y que expone la misma a la observación directa de los grupos de interés; implica, así mismo, rendir cuentas de la gestión encomendada.

Valor Ético: forma de ser y de actuar de las personas que son altamente deseables como atributos o cualidades propias y de los demás, por cuanto posibilitan la construcción de una convivencia gratificante en el marco de la dignidad humana. Los valores éticos se refieren a formas de ser o de actuar para llevar a la práctica los principios éticos.

Visión: establece el deber ser de la entidad pública en un horizonte de tiempo, desarrolla la misión del ente e incluye el plan de gobierno de su dirigente, que luego se traduce en el plan de desarrollo de la entidad. Toda esta normatividad que se encuentra escrita es preciso que tanto los habitantes del departamento docentes, estudiantes empleados de las entidades territoriales conozcan la normatividad para saber cuáles son sus derechos y deberes. (Código de Ética y Buen Gobierno de la Universidad de la Guajira 2014)

Código de Ética del Negociador Internacional

El Consejo Profesional de Negocios Internacionales, en uso de sus atribuciones legales y, considerando que en la ley 556 de febrero 2 de 2000, diario oficial no. 43.883 del 7 de febrero de 2000, se establece. Por medio del cual se reconoce las profesiones de educación superior que desarrollan en el marco de las Relaciones Internacionales y afines y se dictan otras disposiciones.

ACUERDA

ARTÍCULO 1: Adoptar el presente Código de Ética Profesional de Negocios Internacionales que será de obligatoria observancia por parte de los Negociadores Internacionales de conformidad con la Ley 556 de febrero 2 de 2000 y su Diario Oficial 43.883 de 7 de febrero de 2000.

ARTÍCULO 2: Las normas de ética que establece el presente Código, no contradicen otras expresadas y que pueden resultar del ejercicio profesional en forma consciente y digna.

ARTÍCULO 3: Para la correcta interpretación de las presentes normas, no debe entenderse que todo cuanto no está prohibido expresamente, estará permitido pues dichas normas son generales y tienden a evitar faltas contra la ética profesional.

ARTÍCULO 4: Las normas expresadas en el presente Código de Ética deben entenderse como la fijación de principios y reglas que deben gobernar al profesional de Negocios Internacionales.

ARTÍCULO 5: Cuando se presenten situaciones no contempladas expresamente en el presente Código de Ética Profesional será el CONSEJO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES quien las conocerá y resolverá siempre y cuando sean de su competencia legal.

Deberes del negociador internacional

ARTÍCULO 6: Además los deberes contemplados expresamente en los siguientes artículos, será deber fundamental de todo Negociador Internacional tener presente en el ejercicio de su profesión que su actividad no sólo está encaminada a los aspectos técnicos y financieros, sino que deberá cumplir con una función socialmente responsable y respetuosa de la dignidad humana.

ARTÍCULO 7: El Negociador debe tener como imperativo, el cumplimiento estricto de las normas consagradas en la Constitución y en las Leyes.

ARTÍCULO 8: El Negociador Internacional o carreras afines ejercerán legalmente su profesión en los términos expresados en la Ley 556 y el Diario Oficial 43.833 de 7 de febrero de 2000, reglamentario en la Ley en mención.

ARTÍCULO 9: Ejercerá la profesión y las actividades que de ellas se deriven, con decoro, dignidad e integridad, manteniendo los principios éticos por encima de sus intereses personales y de los de su empresa.

ARTÍCULO 10: Aplicará en forma leal, recta y digna las filosofías, teorías, técnicas y principios de negocios y objeto de su profesión, realizando su actividad profesional con la mayor diligencia, veracidad, buena fe y sentido de la responsabilidad respetando en forma estricta y recta su juramento de graduación.

ARTÍCULO 11: Mantendrá el secreto profesional como norma de conducta de todas sus actuaciones realizadas con su ejercicio profesional, o no ser que haya autorización de las partes involucradas para divulgar información.

ARTÍCULO 12: El Negociador no garantizará los resultados de su gestión, que estén más allá de lo que se pueda predecir con objetividad, aceptando solo el trabajo que este en capacidad de desarrollar en forma satisfactoria y responsable.

ARTÍCULO 13: Dará el crédito a quien se encuentre o cree ideas, hallazgos o inventos, que el Negociador use en escritos o en investigaciones propias.

ARTÍCULO 14: Respetará la dignidad de la profesión, rechazando y denunciando ante el Consejo Profesional de Negocios Internacionales las actuaciones que supongan una práctica ilegal de la profesión, cualquier negocio que sea deshonesto, corrupto o impropio y en general todo hecho que represente inhabilidad, incapacidad y deshonra para la profesión.

ARTÍCULO 15: Se abstendrá de prestar servicios profesionales a personas o entidades cuyas prácticas u honorabilidad estén en contra de los principios éticos o fuera de la Ley.

ARTÍCULO 16: No permitirá que al amparo de su nombre, otras personas realicen actividades impropias del ejercicio profesional, ni participará en negocios incompatibles con la profesión y con la Ley.

ARTÍCULO 17: No otorgará al título de "propina" u otro beneficio indebido, directa o indirectamente, a ningún servidor público, o particular alguno.

ARTÍCULO 18: No alabará con su firma o título oneroso y gratuito, documentación inherente a la profesión que no haya sido estudiada, ejecutada o controlada personalmente, o que sea falsa o no tenga un soporte.

ARTÍCULO 19: Tomará parte activa en las decisiones y problemática de la localidad donde trabaja y de la nación en general, buscando soluciones a las causas cívicas y de servicio comunitario.

ARTÍCULO 20: Ofrecerá al consumidor, servicios y productos de buena calidad, acatando las normas técnicas de calidad, evitando en todo momento lesionar a la comunidad.

ARTÍCULO 21: Acatará toda la legislación que regule su empresa sometiéndose a las inspecciones y a la vigilancia que el gobierno establezca.

ARTÍCULO 22: Buscar que su entorno de trabajo no sea sólo una Institución económica y técnica sino una Institución social en cuyo funcionamiento todos los miembros participen activamente, generando beneficios sociales para la nación.

ARTÍCULO 23: Procurará la inversión en tecnología que signifique un aporte al desarrollo y al abastecimiento nacional, fomentando además el progreso científico o al mismo tiempo, impedirá que por sus aplicaciones prácticas, se conviertan en una amenaza para el mercado internacional.

ARTÍCULO 24: Considerada como meta importante la generación de empleo eficiente como contribución y aporte para el desarrollo del país.

ARTÍCULO 25: Entregará al ente al cual este prestando sus servicios todas sus capacidades y conocimientos, buscando obtener mejores resultados.

ARTÍCULO 26: En ningún caso el Negociador Internacional utilizará sus recursos y la empresa para su bien propio.

ARTÍCULO 27: Concientizará a la empresa o ente para el cual trabaje, de las responsabilidades sociales, ecológicas y morales establecidas en cualquier tratado de comercio internacional.

ARTÍCULO 28: Tendrá siempre presente que el trabajador, es el más valioso recurso de una empresa.

ARTÍCULO 29: Deberá respetar el trabajo de los demás y quien lo ejerza.

ARTÍCULO 30: Guardará estricta lealtad para quien lo contrate o a quien brinde sus servicios y mantendrá la reserva de todo aquello, que perteneciendo al patrimonio material o moral de otros, pudiere afectar negativamente a la empresa y a todos los que en ella laboran.

ARTÍCULO 31: Excluirá las prácticas de pago de salarios por debajo del salario mínimo establecido por la Ley y por la empresa para la remuneración

ARTÍCULO 32: Se abstendrá de emitir públicamente juicios adversos sobre la actuación de sus colegas o señalar errores profesionales.

ARTÍCULO 33: Se abstendrá de ejecutar actos de competencia desleal con sus colegas de profesión.

ARTÍCULO 34: En caso de gestión mancomunada de operación de negocios cumplirá con los pactos suscritos para la realización de dicha gestión, guardando los límites de una recta y prudente reilación profesional.

Régimen disciplinario de las faltas

ARTÍCULO 35: En consonancia con la Ley 556 de febrero 02 de 2000, el Consejo Profesional de Negocios Internacionales, podrá de oficio, o a solicitud de terceros, conceder la denuncia y sancionar a que encuentre responsable de una falta contra la ética profesional del ejercicio de la profesión de Negociador Internacional.

ARTÍCULO 36: Todas las faltas contra la ética profesional se calificaron por parte del Consejo Profesional de Negocios Internacionales como leves o graves, en atención a su naturaleza, efectos, modalidades y circunstancias de hecho y en especial tenido en cuenta los antecedentes personales y profesionales.

ARTÍCULO 37: Constituyen faltas contra la ética profesional en el ejercicio de los Negocios Internacionales, la(s) violación de cualquier artículo presente en el código de ética, debidamente comprobada en que atente entre otros.

a) Dignidad de la profesión b) Decoro profesional c) Lealtad profesional d) Diligencia profesional.

ARTÍCULO 38: Serán faltas contra la ética profesional además de las estipuladas en el artículo anterior, las siguientes: a) El ejercicio ilegal en una Negociación Internacional b) El diligenciamiento de una matrícula profesional mediante documentos falsos. c) El realizar publicidad escrita o hablada de sus servicios profesionales más allá de sus verdaderos títulos, especializaciones y cargos desempeñados.

Sanciones al Negociador Internacional por faltas al Código de Ética Profesional

ARTÍCULO 39: Todas las sanciones que se aplicarán a los Negociadores Internacionales que incurran en las faltas al Código de Ética serán: a) Amonestación privada, personal o por comunicación escrita dirigida al Negociador infractor. b) Amonestación pública c) Multas sucesivas determinadas por el Consejo d) Suspensión temporal de la Matrícula Profesional e inhabilitación para el ejercicio de su carrera hasta por (3) años máximo. e) Cancelación definitiva de la Matrícula Profesión que conlleva a la inhabilitación permanente para ejercicios de la profesión. f) En último caso por una mala negociación o desacato total de todas las normas e infracción, pagará este delito contra las autoridades correspondientes y de orden público.

ARTÍCULO 40: Todas las sanciones antes mencionadas, se aplicarán conforme a los límites y procedimientos descritos en este código.

ARTÍCULO 41: El Negociador Internacional a quien se le hubiere cancelado la Matrícula Profesional podrá ser rehabilitado por el Consejo Profesional cuando pasado tres (3) años de la sanción, presente solicitud ante el mismo Consejo demostrando una intachable conducta personal y profesional para que su caso sea estudiado con el fin de obtener su rehabilitación.

ARTÍCULO 42: Calificada como leve o grave por parte del Consejo Profesional de Negocios Internacionales la falta en que incurra un profesional, más las sanciones estipuladas en artículos anteriores del presente acuerdo, estos serán aplicados en el siguiente orden: a) Por faltas leves Amonestación privada o amonestación pública o multa monetaria b) Por faltas graves Suspensión temporal o definitiva de la Matrícula Profesional.

Procedimiento para la aplicación de las faltas contra el código de ética

ARTÍCULO 43: Cuando el Consejo Profesional de Negocios Internacionales tenga conocimiento de alguna falta a la Ética profesional cometida por parte de un Negociador Internacional o profesiones afines, iniciará de oficio o a solicitud de parte de la respectiva investigación.

> Dentro de los quince (15) días hábiles siguientes contados desde la apertura de la investigación, se notificará personalmente al investigado el auto por medio del cual se inició la investigación, para que en término de un mes rinda los descargos, aporte pruebas y solicite las prácticas de las pertinentes.
>
> Si vencido el término de quince (15) días hábiles no se hubiere efectuado la notificación personal, se fijará un edicto en la Secretaria del Consejo, por cinco (5) días hábiles, vencidos los cuales empezará a contarse el plazo para los descargos.
>
> Agotada esta etapa, el Consejo Profesional dispone de un mes para optar la decisión correspondiente mediante Resolución motivada, la cual debe notificarse personalmente al investigado dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a su expedición.
>
> Si no fuere posible la notificación personal se notificará permanente que permanecerá fijado en la Secretaria de Consejo Profesional por cinco (5) días hábiles.
>
> ARTÍCULO 44: Las sanciones se anotarán en el registro profesional de cada Negociador Internacional, que tiene el Secretario del Consejo Profesional.
>
> ARTÍCULO 45: El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición.
>
> PUBLIQUESE Y CUMPLASE. (Código de Ética del Negociador Internacional 2000)

El programa de negocios internacionales hace parte de la Facultad de ciencias económicas y administrativas de la Universidad de la Guajira se perfila como uno de los programas donde más estudiantes se desempeñan en el campo internacional es de vital importancia conocer el marco normativo de su carrera.

Capítulo 3

Enfoque metodológico

Esta investigación es de modelo cuali-cuantico, porque proporciona una gran compresión de las razones y motivaciones subyacentes de las personas. En su libro Metodología de la investigación Hernández, Fernández y Baptista (2006) establecen que el "enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base a la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías".

> La investigación está al servicio del hombre en toda su magnitud. La elección del problema, métodos de investigación, el uso de conocimientos científico y la generación de tecnología, se someten radicalmente al servicio específico de las personas afectadas por el proceso.
>
> Criterio de calidad, por el cual el análisis cuantitativo y los métodos positivos de investigación se someten estrictamente al enfoque cuantitativo. La transformación y el cambio deben ocurrir dentro del proceso de la investigación, al igual que la interacción entre teoría y práctica. Cualificar el recurso humano, para lo cual la formación de investigadores requiere unificar criterios y procesos fundamentales en el desarrollo teórico-práctico de la investigación.
>
> Desarrolla instrumentos de recolección de información y análisis de los datos. (Tamayo, 2004, p.58)

¿Qué características posee el enfoque cuantitativo de investigación?

a) Plantea un problema de estudio delimitado y concreto. Sus preguntas de investigación versan por cuestiones específicas.

b) Una vez planteado el problema de estudio, revisa lo que se ha investigado anteriormente. A esta actividad se le conoce como la revisión de la literatura.

c) Sobre la base de la revisión de la literatura construye un marco teórico (la teoría que habrá que guiar el estudio).

d) Para obtener tales resultados el investigador recolecta datos numéricos de los objetivos del fenómeno a participar que estudia y analiza mediante datos estadísticos.

Tipo de Investigación

La presente investigación se orientó bajo criterios metodológicos, es decir, los procedimientos que permitieron darle respuesta al problema planteado. Se precisan a continuación: tipo y diseño de investigación, población, muestra, fuentes de recolección de la información, técnicas e instrumentos, procesamiento y análisis de los datos y tipo de muestreo; este estudio se desarrollará teniendo en cuenta los criterios necesarios que se implementan en los procesos investigativos.

Según la fuente de información

En este orden de ideas, el presente estudio se suscribe en un diseño de campo debido a que los datos de interés para el estudio se recolectaron de manera directa, considerando la población objeto de estudio. En este sentido Bernal (2010) establece que la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos sin manipular o controlar variable alguna.

> La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. (Arias, 2012, p.31)

Según el tratamiento y análisis de la información

Esta investigación es cuali-cuantica porque se combinaron cualidades y datos extraídos del objeto de estudio, lo que nos permitió tener una mayor comprensión del problema o realidad de estudio.

Según las variables

Esta investigación es no-experimental por que los hechos fueron estudiados en su ambiente natural, es decir, que el investigador no intervino de manera intencional sobre la variable indicada.

Según alcance o nivel de conocimiento a lograr

Se considera un estudio descriptivo ya que permitió detallar con palabras la manera más acertada de los elementos y características de una persona, fenómeno, contexto o situación presentada.

Población

La población objeto de estudio de la presente investigación está constituida por 27 estudiantes del 9 semestre del programa de Negocios Internacionales. Según Bonilla (2011) población es un conjunto de unidades o elementos que pueden ser un grupo de personas, grupo de familias, empresas, entidades, manzanas, barrios, objetos, etcétera.

Censo

Cuando se trabaja con el censo es estudiado el total de los elementos de la población. En el caso de esta investigación se aplicó a todos los estudiantes del 9 semestre del programa de Negocios Internacionales. Dice Bonilla (2011) que el "uso del censo es aconsejable cuando la población es sumamente pequeña o en el momento en que la muestra calculada es relativamente grande comparado con el tamaño de la población, en cuyo caso se justificaría tanto el costo como el tiempo adicionales empleados en la investigación"..

Fuente de recolección de la información

Las fuentes son hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten obtener información. Pueden ser de tipo primario y secundario, con el fin de obtener información más precisa y veraz para el desarrollo del estudio.

Fuente primaria

Se puede considerar como fuente primaria la información recolectada en el trabajo de campo mediante la utilización de la técnica de observación y la encuesta aplicada directamente a las personas implicadas en el fenómeno objeto de análisis

Fuentes secundarias

También denominadas documentales o bibliográficas porque a través de ellas se buscan todos los escritos referentes al tema de investigación.

Los instrumentos utilizados para obtener esta información son los textos, archivos, monografías, artículos científicos, revistas, internet; entre otros, que brindan información relacionada con la temática recolectada a nivel internacional, nacional y local.

Validez y confiabilidad del instrumento

Validez

Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen la validez como "la eficiencia con que un instrumento mide lo que se pretende medir". Expresan también que la validez consiste en entregar un instrumento de recolección de datos a personas conocedoras del tema en estudio para que evalúen la condición de las preguntas o ítems del mismo.

Según lo planteado por Hernández, Fernández y Baptista (2014), es casi imposible que una medición sea perfecta ya que generalmente se tiene un grado de error. Señalan también que existen distintos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición, todos ellos se basan en fórmulas que producen coeficientes de confiabilidad y pueden oscilar entre cero y uno, siendo cero la confiabilidad nula y uno el máximo de confiabilidad. Así que mientras más se acerque el coeficiente a cero mayor será el error en la medición. La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados, por lo que la confiabilidad se determina mediante diversas técnicas o procedimientos utilizados. Todas forman fórmulas que producen coeficiente de confiabilidad.

La confiabilidad varía de acuerdo el número de ítems que incluye los instrumentos de medición. Entre los procedimientos que se utilizan para determinarla se tienen: medidas de estabilidad, métodos de forma alternativa, métodos de mitades partidas, coeficiente Alfa de Cronbach y coeficiente KR-2, (Hernández, Fernández y Baptista 2014). Existen múltiples métodos para calcular la confiabilidad del instrumento, utilizándose aquel que sirva más a los intereses del investigador.

Los grupos focales

Según Krueger (1991) la "técnica de grupos focales puede definirse como una discusión cuidadosamente diseñada para obtener las percepcio-

nes de una muestra sobre un área particular de interés" (p.18). Los grupos focales tienen su origen en una tradición desarrollada a partir de 1930 que intentaba conocer los mundos a través de las personas que los vivían. Algunas de las áreas que se han beneficiado del uso de los grupos focales son: la planificación estratégica, la identificación de necesidades y la evaluación de programas.

> La entrevista de grupo focal funciona porque incide en las tendencias humanas. Las actitudes y las percepciones relacionadas con los productos, servicios o programas, son desarrolladas en parte mediante la interacción entre las personas. La evidencia sugiere que las opiniones de un individuo pueden cambiar en el curso de la discusión con otros porque las personas influencian las unas a las otras por medio de sus comentarios. Los analistas pueden descubrir información sobre cómo dicho cambio ocurrió y la naturaleza de los factores influyentes. (Krueger, 1991, p. 23)

Krueger dice además que (como lo citó Reyes, 2000) el objetivo de un grupo focal es promover la apertura de los participantes. Para algunos individuos, la auto exposición les resulta fácil, natural y cómoda, para otros difícil e incómoda porque la auto exposición requiere confianza, esfuerzo y coraje (…).

Los grupos focales se caracterizan por estar constituidos por personas que poseen ciertas características en común. Estas personas proveen datos o información de naturaleza cualitativa mediante su participación en una discusión enfocada Krueger (1991). Deben ser lo suficientemente pequeños como para permitir la oportunidad a cada participante de compartir su conocimiento y a la vez lo suficientemente grandes como para proveer una adecuada diversidad de impresiones sobre el asunto de interés.

> Los procedimientos cualitativos como los grupos focales o las entrevistas individuales, capacitan al investigador para alinearse con el participante y descubrir cómo la persona ve la realidad. Al igual que otros procedimientos de las Ciencias Sociales, la validez de éstos depende de los procedimientos usados y del contexto donde son usados. (Reyes, 2000)

La información acopiada mediante los grupos focales dio como resultado la matriz DOFA. Herramienta estratégica de análisis de la situación que se está estudiando.

El principal objetivo de aplicar la matriz DOFA en una organización es el de ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estra-

tégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, oportunidades, fortalezas y amenzas. La matriz de análisis DOFA permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas; así como las fortalezas y debilidades que caracterizan una institución.

En este caso los grupos focales no sirvieron para configurar el diagnostico como resultado del estudio realizado.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la actualidad para la investigación hay gran variedad de técnicas o instrumentos que permiten la recolección de información en el trabajo de campo de un determinado estudio. De acuerdo con el método y el tipo de análisis a realizar se aplican unas u otras técnicas. Por lo tanto en el presente trabajo, teniendo en cuenta su enfoque metodológico, se utilizaron los siguientes procedimientos e instrumentos para la recolección de los datos: encuesta semiestructurada. Consta de preguntas cerradas y se define como un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación.

Los datos se obtuvieron a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa conformada por los estudiantes de noveno semestre de la carrera de Negocios Internacionales de la universidad. El fin era conocer estados de opinión y algunos hechos específicos. Así que se seleccionaron las preguntas más convenientes de acuerdo con la naturaleza de la investigación tal y como lo plantean Johnson y Kuby (2008).

De este modo la selección de las respuestas del instrumento de investigación se diseñó de acuerdo a la técnica de *La escala de Likert* (también denominada Método de Evaluaciones Sumarias). Se denomina así por Rensis Likert quien publicó en 1932 un informe donde describe su uso. Es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación. Al responder a una pregunta de un cuestionario elaborado con la técnica de Likert se especifica el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración (elemento, ítem o reactivo o pregunta).

Pasos del proceso metodológico

Hurtado (2009) menciona que "es de la óptica de esta modalidad que no exista un método único de investigación". Para mayor ilustración se describen entonces las etapas que se adelantaron en la presente investigación:

Etapa I. Diseño del proyecto

En esta etapa se diseñó el proyecto para su posterior formulación. Se realizó un estudio diagnóstico que permitió la elaboración e implementación de una investigación para conocer la información (determinación del tema a investigar, recolección de fuentes bibliográfica, clasificación de la información, elaboración de la propuesta, investigación preliminar, evaluación).

Etapa II. Trabajo de campo

Durante el trabajo de campo se realizó la investigación de fondo, se aplicaron los métodos, las técnicas y los instrumentos que permitieron la consecución de la información que posteriormente fue sistematizada y procesada.

Etapa III. Presentación de resultados

En esta etapa se procesaron, analizaron y sistematizaron todos los resultados obtenidos. La información así alcanzada le permitió al grupo investigador formular las conclusiones y las recomendaciones que hacen parte de la presente publicación.

Para el procesamiento de la información se utilizaron las siguientes herramientas:

Pruebas estadísticas que, según Hernández et al. (2014), sirven para el procedimiento usual de análisis de los datos. A través de la elaboración del programa de análisis y la ejecución del programa de computadora se obtuvieron los datos. Por tal motivo en la presente investigación se comienza por descubrir todos los datos y posteriormente efectuar el análisis estadístico, sobre la variable de estudio, para realizar el cálculo de la estadística descriptiva. Luego se tuvieron en cuenta elementos estadísticos para computadoras (Excel) que realmente facilitan estos cálculos esenciales. La pre-

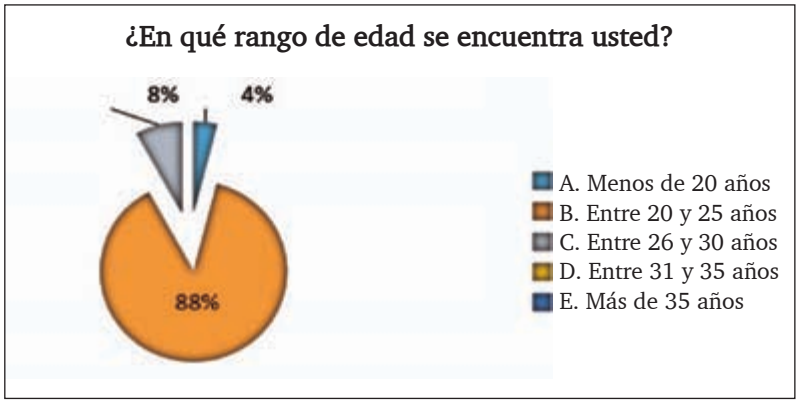
sentación de los resultados de la encuesta se hace a través de gráficas con su respectivo análisis e interpretación.

Los criterios de ordenación se guardan en el libro Excel para que se pueda volver a aplicar en la segunda pregunta del cuestionario, pero introduciendo los nuevos datos obtenidos de la segunda. El programa de Excel contiene formas para permitir la distinción de los datos agrupados, aplicando fuentes que dan color a las celdas y gráficas. Después de llevar a cabo el marco metodológico y explicar el proceso que se realizó durante el desarrollo de la investigación pasamos al análisis de los resultados.

Capítulo 4

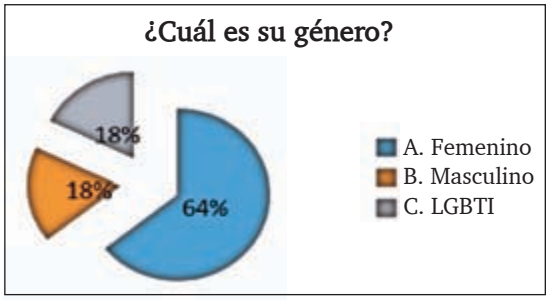
Análisis de Resultados

Con la finalidad de obtener respuestas a los problemas planteados en la presente investigación se realizaron una serie de preguntas plasmadas en un cuestionario. El cuestionario fue diligenciado por estudiantes de noveno semestre de la carrera de Negocios Internacionales en la Universidad de La Guajira sede Riohacha. Sus respuestas serán analizadas a continuación:



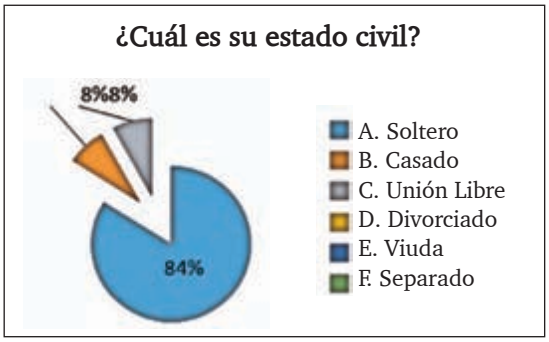
Gráfica 1

Con la intención de conocer los rangos de edades de los estudiantes que se deciden por estudiar Negocios Internacionales se le preguntó a la población objeto de estudio por las edades que tenían al momento de diligenciar la encuesta. La pregunta se dividió en diferentes rangos, *entre 20 y 25 años* obtuvo la mayor respuesta con un 88% de personas que manifestaron estar en este rango de edad. Seguido a este estuvo *entre 26 y 30 años.* Con un 4% aparecen las personas que manifestaron tener menos de veinte años. Los rangos de edades de *entre 31 y 35* y *más de 35* no tuvieron respuesta. Esto deja de manifiesto que un gran número de los estudiantes de primer y noveno semestre de Negocios Internacionales tienen menos de 30 años, estando entre 20 y 25 la mayor población.



Gráfica 2

Con motivo de conocer aspectos generales de los estudiantes de noveno semestre que estudian Negocios Internacionales se indagó sobre su género. La mayoría de las personas encuestadas manifestó pertenecer al género femenino con un 64% de respuestas, los encuestados que dijeron pertenecer al género masculino cuentan con un 18%, la misma cifra que aquellos que manifestaron pertenecer al género LGBTI. Lo anterior demuestra que en la actualidad las mujeres son mayoría en el noveno semestre de Negocios Internacionales.

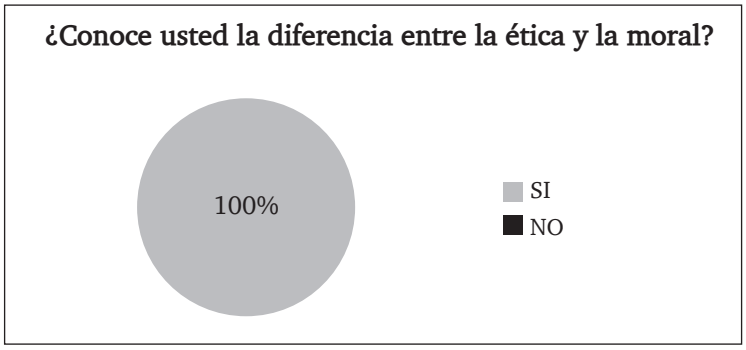


Gráfica 3

Para el análisis de la presente investigación también se tuvo en cuenta el estado civil de las personas encuestadas. Un 84% de los estudiantes manifestó estar soltero al momento de llevarse a cabo la encuesta. El 8% de los encuestados dijo estar casado, la misma cifra aplicó para los que expusieron estar en unión libres, quienes también conforman un 8% de las respuestas. Las demás opciones no fueron seleccionadas por la población objeto de estudio.

Gráfica 4

Teniendo en cuenta la importancia y gran relevancia que tiene la Ética y la Moral para los estudiantes de La Universidad de La Guajira se le preguntó a la población objeto de estudio sobre su conocimiento acerca de este tema. En sus respuestas la mayoría, con un 92%, manifestó **Sí** tener claro conocimiento al respecto de la Ética y la Moral. Abarcando estos una definición mucho más amplia de la meramente profesional. En el caso del **No** el 8% de la población encuestada dijo no tener en claro sus conocimientos sobre el tema.



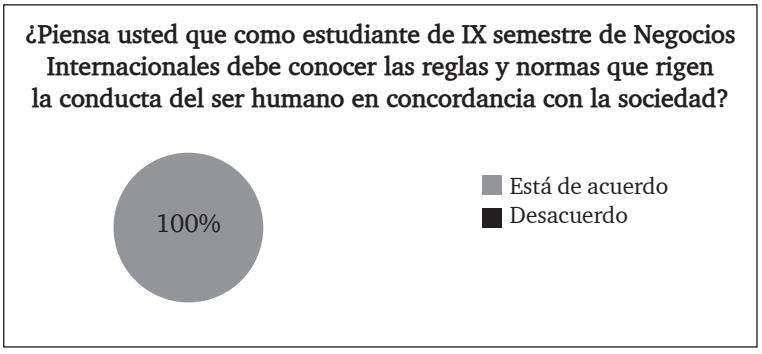
Gráfica 5

La Ética y la Moral son fundamentos importantes en el crecimiento profesional y personal de los individuos, conocer la diferencia entre uno y otro es primordial para poder apoderarse de este tema. Por lo tanto en esta investigación las personas fueron cuestionadas al respecto de su conoci-

miento sobre tal diferencia. Un 100% de la población encuestada manifestó que **S**í conocía la diferencia entre la Ética y la Moral.

La Ética la definimos como la ciencia que estudia el comportamiento moral del hombre y de la mujer en sociedad. Como ciencia su fin último está en explicar el porqué de este comportamiento moral. Su propósito esencial consiste entonces en investigar, teorizar y analizar problemas de carácter general. Por ejemplo, definir qué es lo bueno, el problema de la libertad o la obligatoriedad moral, entre otros. La Moral la definimos como el conjunto de normas que responden a los intereses de un grupo determinado por unas circunstancias históricas y geográficas concretas. Es decir, la Moral corresponde a la práctica, a la cotidianidad, la Moral no es ciencia sino objeto de la ciencia. (Tomado de Soto, 2007, citado por Romero, Vargas y Monroy, 2017)

Para resumir: la diferencia entre la Ética y la Moral es que la primera estudia el comportamiento del hombre y la mujer mientras que la segunda hace referencia al conjunto de normas que regula tal comportamiento en la práctica.

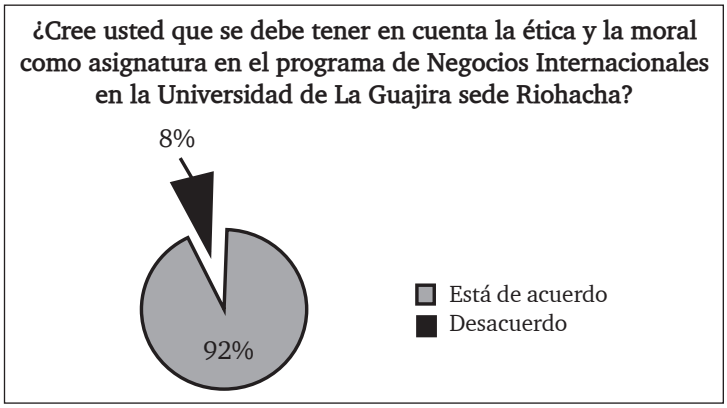


Gráfica 6

Para el análisis de esta investigación los estudiantes también fueron cuestionados sobre su relación con la sociedad. Uno de los puntos más importantes de la práctica de la Ética y de la Moral tanto como profesionales como en su vida diaria. A esta pregunta un 100% de los estudiantes cuestionados manifestó que estaba de acuerdo con la importancia que tiene conocer las reglas y normas que rigen la conducta del ser humano en concordancia con la sociedad. Lo cual indica que los estudiantes de Negocios

Internacionales son conscientes de la importancia que tiene conocer las reglas y normas de la Ética y la Moral para desenvolverse en la sociedad.

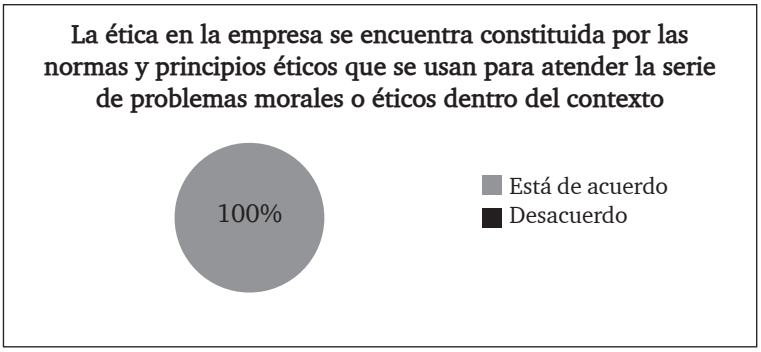
La Moral es una realidad: es la forma en que vive la gente y valora las acciones de su vida individual y socialmente. La Moral podría definirse, entonces, como el modo bueno o malo de comportarse de las personas (moral personal) o de los grupos (moral social) de acuerdo con criterios de valor. La ética, por su parte, está constituida por el estudio filosófico y sistemático de esas formas de vida y de comportamiento moral de las personas. (Tomado de Daros, 2013, Citado por Romero, Vargas y Monroy, 2017)



Gráfica 7

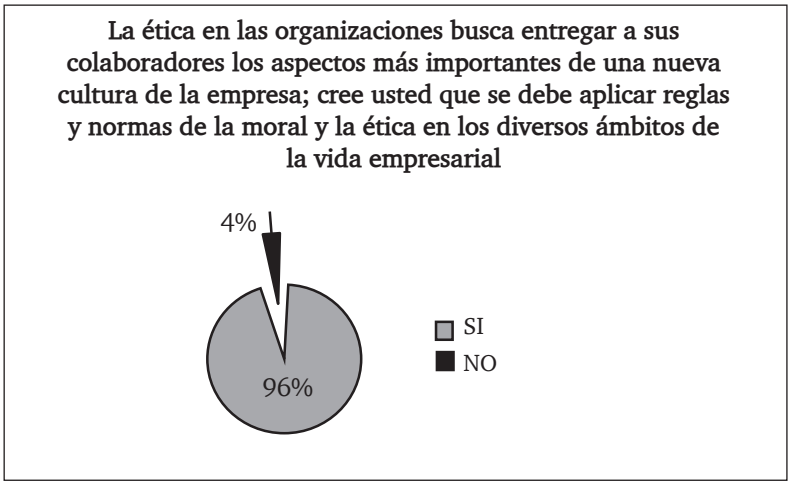
Al momento de realizarse esta investigación se consideró importante saber la opinión de los estudiantes al respecto de la posibilidad de crear una asignatura de Ética y Moral dentro del Programa de Negocios Internacionales. Un 92% de personas están de acuerdo con esta posibilidad. El 8% manifiesta que está en desacuerdo con que en el programa se tenga en cuenta a la Ética y la Moral como una asignatura.

Se necesita fortalecer estos conceptos en el 8% de los estudiantes que se mostraron en desacuerdo con impartir las clases de Ética y Moral. Hay que hacerles notar a ellos que en la actualidad a las personas encargadas de la contratación, tanto en empresas públicas como privadas, justamente les causa desconfianza los profesionales recién egresados de las universidades que no tienen una sólida formación en estos conceptos.



Gráfica 8

Teniendo en cuenta que la población objeto estudio de la presente investigación son estudiantes de Negocios Internacionales se consideró importante conocer su opinión sobre la relación que consideran que existe entre la Ética, la Moral y las organizaciones empresariales. El 100% dijo estar de acuerdo con que la Ética en la empresa se encuentra constituida por las normas y principios éticos que se usan para atender la serie de problemas morales o éticos dentro del contexto empresarial. Lo anterior deja de manifiesto que los estudiantes son conscientes de la importancia de las normas y de los principios éticos dentro de las empresas.



Gráfica 9

Continuando con la relación ético-empresarial los estudiantes de Negocios Internacionales fueron cuestionados sobre si se debía aplicar reglas y normas de la Moral y la Ética en los diversos ámbitos de la vida empresarial.

Un 96% de los encuestados dijo que **S**í debían aplicarse estas reglas y normas mientras que un 4% optó por estar en contra de lo anteriormente dicho eligiendo el **No** como su respuesta. Esto nos indica que se debe fortalecer la Ética y la Moral convirtiéndola en una asignatura de la carrera y aplicada a casos prácticos de la actualidad nacional. De esta manera el 4% que marcó **No** comprenderá lo perjudicial que le ha resultado al país no aplicar estas reglas y normas.

Gráfica 10

Los estudiantes fueron cuestionados sobre su opinión acerca de la relación de las empresas con la sociedad cuando esta relación es mediada por una directriz ética clara dentro de las organizaciones. A esto un 96% de los encuestados manifestó que estaba de acuerdo con que debe existir una relación mediada por la ética entre la empresa y la sociedad y que esta debía armonizar con su fin económico. Solo un 4% manifestó no estar de acuerdo con lo anterior.

Al elevar estos enfoques a otros niveles es posible hablar de la ética como ventaja competitiva de una economía o de una nación (Donaldson, 2001), tomando como plataforma las siguientes aseveraciones:

- La conducta moral crea ventajas económicas a las naciones al ir más allá de la noción idealizada de la competitividad en el mercado global.
- Para que la ética trascienda como ventaja competitiva los conceptos morales deben aplicarse hasta que se conviertan en un valor intrínseco para todos.

- Si existe realmente esta correlación entre la ética y la competitividad de las naciones es imperativo que las distintas economías pongan mayor atención a la educación moral de sus ciudadanos.

Gráfica 11

Teniendo en cuenta que la Ética y la Moral tienen una estrecha conexión en la relación de la persona con la sociedad. A los estudiantes de Negocios Internacionales se les preguntó si un profesional en negocios internacionales debe actuar con Ética y Moral y compartir el deseo del bien común. El 100% de la población encuestada manifestó estar totalmente de acuerdo. Es satisfactorio saber que todos los futuros negociadores internacionales están de acuerdo en actuar de acuerdo a una Ética y Moral y buscar que lo general prime ante lo particular.

Lo deseable es que se conserve un comportamiento ético y moral en las actuaciones, tanto internas como externas, del negociador internacional. Este comportamiento permitirá construir un mundo más humano y equitativo en el que se dé prioridad a las personas más vulnerables de la sociedad en que vivimos. Así nos convertimos en individuos sociales que privilegian el bien común por encima del bien particular.

Gráfica 12

Considerando la Ética desde el punto de vista profesional se les preguntó a los estudiantes de Negocios Internacionales lo siguiente: ¿La actitud del trabajador frente a su propio trabajo debe estar fundamentada en valores que desarrollan la Ética y la Moral? A lo anterior un 100% de los encuestados respondieron estar de acuerdo con lo planteado en la pregunta. Esto demuestra que los estudiantes de Negocios Internacionales dan gran importancia a la Ética y la Moral dentro del ámbito laboral.

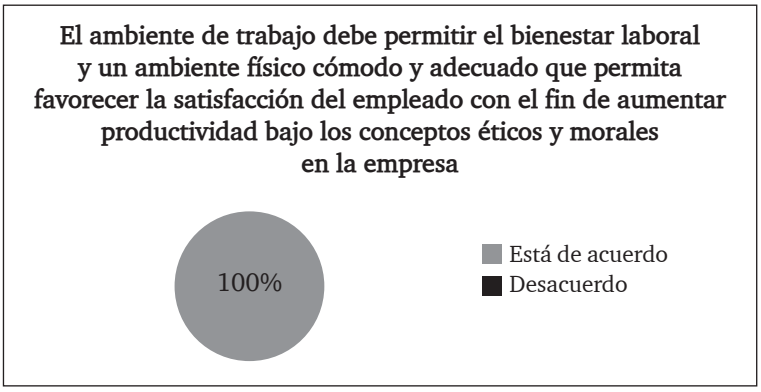
Soto (2007) afirma: "la ética en la administración ha llegado a ser una preocupación vital de las organizaciones en las últimas décadas." (p. XIV) Las encuestas indican que el público no tiene en alta estima a las empresas y a la Ética en la administración. Para revertir esta situación el reto es hacer comprender el verdadero significado de la Ética en la administración, el porqué de su importancia y cómo debe integrarse en la toma de decisiones. Tanto la filosofía moral como la teoría de la administración contienen principios éticos que informarán a los gerentes interesados.

Uno de los desafíos más notables es evitar la administración corrupta y pasar del modo amoral a la administración moral en el liderazgo, comportamiento, toma de decisiones, políticas y prácticas. La administración moral exige liderazgo ético. La administración moral requiere que los directivos comprendan y sean sensibles a todas las personas que se relacionan directamente con la organización y los intereses de cada uno de estos grupos. Si se pretende aplicar el modelo de administración moral, los directivos deben integrar la sabiduría ética a su sabiduría administrativa, y adoptar las medidas necesarias a fin de crear y mantener un clima ético en sus organizaciones. (Soto, 2007, p.21)

Gráfica 13

Así como la Ética y la Moral deben hacer parte fundamental de todos los ámbitos de la vida de una persona, de igual manera han de ser tenidas

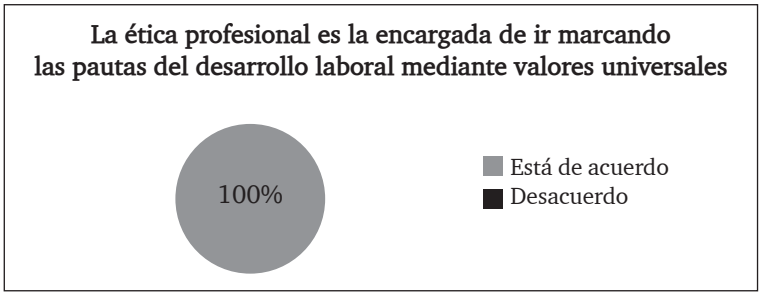
en cuenta dentro del funcionamiento de cualquier organización. Por lo anterior los estudiantes de Negocios Internacionales fueron cuestionados al respecto de si la Ética y la Moral deben estar presentes en todas las áreas de una empresa; Asimismo, la satisfacción laboral está relacionada al comportamiento organizacional. En sus respuestas los estudiantes manifestaron en un 100% estar de acuerdo con lo anteriormente mencionado. Numerosos estudios han demostrado que el comportamiento organizacional de los empleados en las organizaciones está relacionado con la satisfacción laboral que va ligado a la satisfacción de los empleados en la empresa.



Gráfica 14

El ambiente laboral es uno de los retos más importantes que los estudiantes enfrentan o enfrentarán en su vida profesional. Por lo tanto se decidió evaluar la percepción de los estudiantes de Negocios Internacionales sobre lo siguiente: ¿El ambiente de trabajo debe permitir el bienestar laboral y un ambiente físico cómodo y adecuado que permita favorecer la satisfacción del empleado con el fin de aumentar productividad bajo los conceptos éticos y morales en la empresa? A esto un 100% de las personas encuestadas respondieron estar de acuerdo con lo anteriormente dicho. Lo cual deja en claro que los estudiantes de Negocios Internacionales reconocen la gran importancia que conlleva el bienestar laboral y cómo esto permite potencializar la productividad bajo conceptos éticos y morales.

Los estudiantes de Negocios Internacionales, que fueron objeto de estudio de la presente investigación, fueron cuestionados acerca de su opinión sobre lo siguiente: ¿La ética profesional es la encargada de ir marcando las pautas del desarrollo laboral mediante valores universales? A lo cual un

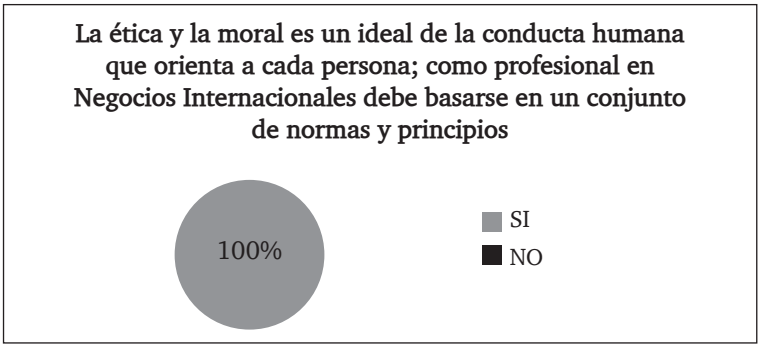


Gráfica 15

100% de los encuestados respondieron estar de acuerdo con lo anteriormente dicho. Así queda demostrada una vez más la importancia que los estudiantes dan a la ética profesional dentro del ámbito laboral.

> El profesional de hoy debe tener la cualidad intelectual de saber lo propio de su especialidad y la cualidad moral de decir la verdad sobre los problemas tratados. El profesional, en cuanto es libre, es responsable de sus actos y de las consecuencias que se siguen de sus actos (de sus consejos, de sus indicaciones, de sus diagnósticos, de sus acciones operativas). Se opone a la responsabilidad la ligereza en el trato de los problemas, la superficialidad en los conocimientos, la falta de solidaridad para quien padece problemas, la extroversión, la falta de vida interior y de sentido humano. El profesional, como todo ser humano, es responsable primeramente ante su conciencia que, si es recta, le indica reconocer, respetar el ser del otro y promover su desarrollo. (Daros, 2013, p.81)

El profesional de Hoy además de sus conocimientos propios de su carrera debe tener presente el entorno que nos rodea, ser líder, regirse por la Deontología o Código de Ética de la profesión.



Gráfica 16

Dentro de la Ética y la Moral las normas y los principios son puntos claves para un óptimo desarrollo tanto personal como profesional. Por lo tanto los estudiantes objeto de estudio de la presente investigación fueron cuestionados al respecto de lo siguiente: ¿la Ética y la Moral como ideal de la conducta humana que orienta a cada persona; como profesional en Negocios Internacionales debe basarse en un conjunto de normas y principios? A esto un 100% de los estudiantes respondieron estar de acuerdo con lo enunciado anteriormente. Lo cual deja de manifiesto un contundente pensamiento sobre la importancia que los estudiantes de Negocios Internacionales le dan a las normas y principios de la Ética y la Moral.

> Los valores éticos en el marco empresarial el principio es la norma o idea fundamental que rige el pensamiento o la conducta. La honestidad requiere de la rectitud y sinceridad con la información. La honestidad demandada por la comunidad se debe actuar con integridad supone una conducta leal frente a las obligaciones y tareas que deben emprenderse, en el marco de la confianza depositada al empleado. (Romero, Vargas y Monroy, 2017, s.p.)

En su más completo sentido se debe actuar conforme a los requisitos morales aunque presuponga un costo. El respeto significa reconocer que los individuos sostienen relaciones fuera de la empresa, poseen autonomía, vida privada, dignidad, derechos y necesidades.

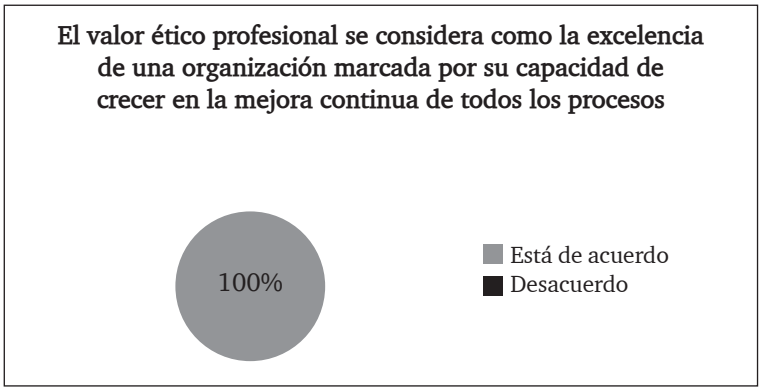
> Los profesionales han convenido en constituir colegios profesionales. Componen esos colegios profesionales personas de reconocido prestigio entre los mismos profesionales de un sector del saber (abogados, escribanos, médicos, Ingenieros), elegidos con votación secreta, por un determinado periodo, Los colegios profesionales tienen la función de promover la actualización profesional, regular y controlar éticamente la praxis profesional mediante un código ético profesional. En casos particulares, la mala práctica puede llevar a la supresión del derecho a ejercer la profesión, promoviendo leyes a este respecto. (Daros, 2013, p.85)

La responsabilidad social empresarial es otro de los puntos que un profesional dentro de sus capacidades colectivas e individuales debe asumir y practicar con efectividad. Por lo tanto los estudiantes de Negocios internacionales, que fueron objeto de estudio de la presente investigación, fueron cuestionados al respecto de lo siguiente: ¿En la actuación profesional cada individuo tiene su propio patrón de valores permitiendo asumir responsabilidad de manera efectiva; como profesional en Negocios Internacionales debe ser ético teniendo el sentido de la responsabilidad social empresarial?

Gráfica 17

A lo anterior un 96% de los encuestados respondió estar de acuerdo con la afirmación anterior. Un 4% de los mismos dijo estar en desacuerdo con la misma. Por lo anterior puede deducirse que la mayoría de los estudiantes de Negocios Internacionales, que fueron objeto de estudio de esta investigación, consideran que la actuación ético profesional permite asumir responsabilidades sociales efectivas.

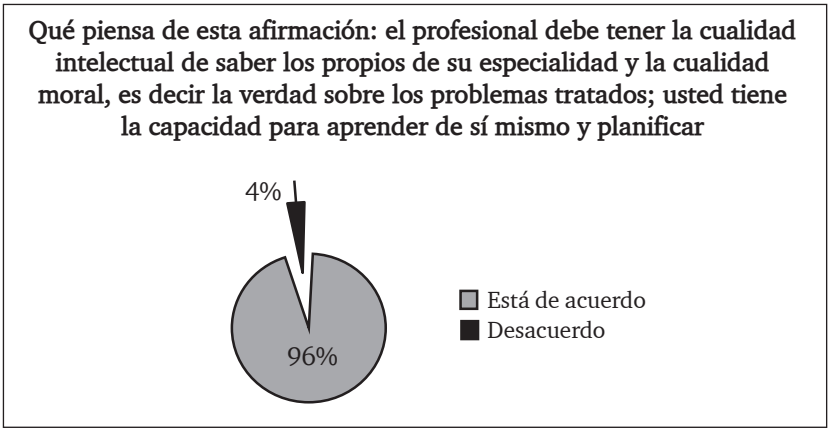
> La Responsabilidad Social Empresarial (en adelante RSE) es un fenómeno dinámico (Font et al. 2016), que puede ir cambiando con el tiempo y ser diferente de acuerdo al lugar y al sector económico en donde se lleve a cabo. Por tanto, el espacio (geográfico) y el tiempo (época) son variables que inciden directamente sobre las formas y contenidos de la RSE (Yepes et al. 2007). Su contenido y aplicación puede variar de un país a otro, a lo largo del tiempo y de acuerdo a las empresas. (González et al., 2011, s.p.)



Gráfica 18

Para el desarrollo de la presente investigación los estudiantes objeto de estudio de la misma fueron cuestionados al siguiente respecto: ¿El valor ético profesional se considera como la excelencia de una organización marcada por su capacidad de crecer en la mejora continua de todos los procesos? A esto un 100% de los estudiantes encuestado manifestó estar de acuerdo con la premisa anterior. Una totalidad que demuestra que los estudiantes de Negocios Internacionales consideran el valor ético profesional como la excelencia de una organización, permitiendo este sentir, una mejora continua dentro de las organizaciones.

Es evidente que los estudiantes cuestionados consideran que el valor ético es considerado como el mejor imperativo de la empresa. Por eso es que las organizaciones aprenden cuando tienen su recurso humano capacitado y aplicando la mejora continua a los planes y programas que se desarrollan en beneficio general y particular. Una organización que aprende es esta que se encuentra a la vanguardia de lograr que sus procesos puedan encontrarse en una mejora continua. Por eso es pertinente que estas organizaciones capaciten cada día más a sus funcionarios para lograr de ellos el empoderamiento en beneficio propio y de la organización. El mundo de hoy es un mundo cambiante por lo tanto debemos tener la capacidad de aprender y replicar nuestros conocimientos en pro de la mejora continua de los procesos.



Gráfica 19

Por último, para el análisis y desarrollo de la presente investigación, los estudiantes fueron cuestionados sobre su pensamiento acerca de la siguiente afirmación: el profesional debe tener la cualidad intelectual de saber lo

propio de su especialidad y la cualidad moral de decir la verdad sobre los problemas tratados. ¿Usted tiene la capacidad para aprender de sí mismo y planificar el futuro para ser más competitivo? Un 96% de los encuestados manifestó estar 100% de acuerdo con lo anteriormente dicho. Solo un 4% de los estudiantes encuestados dijo estar en desacuerdo con la afirmación mencionada. Por lo anterior se puede deducir que un gran número de los estudiantes de Negocios Internacionales considera que todo profesional debe tener la cualidad intelectual de saber lo propio de su especialidad y la cualidad moral de decir la verdad sobre los problemas tratados.

Estos porcentajes minoritarios del estudio obligan a la Universidad, y al programa de Negocios Internacionales, a fortalecer los conceptos sobre los diferentes tópicos de la ética tratados en el presente estudio. La Universidad de la Guajira como ente autónomo, cuya autonomía la da la ley 30, debe fortalecer estos procesos de la Ética y la Moral en todos los campos de la formación que se está impartiendo. Es preciso que los estudiantes conozcan más sobre el Código de Ética y Buen Gobierno y toda la normatividad que debe tener en cuenta el Negociador internacional.

Tabla 1. Análisis DOFA

Análisis DOFA de Ética y Moral			
	Debilidades	**Oportunidad**	
INTERNAS	Un pequeño grupo no tiene claro la diferencia entre la Ética y la Moral.	Dentro de la Ética y la Moral las normas y los principios son puntos claves para un óptimo desarrollo tanto personal como profesional. Por lo tanto, los estudiantes objeto de estudio de la presente investigación, fueron cuestionados en base a la Ética y la Moral como ideal de la conducta humana que orienta a cada persona 100%	EXTERNAS
	Un grupo pequeño no tiene la capacidad para aprender de sí mismo y planificar el futuro para ser más competitivo. 4%	La ética profesional es la encargada de ir marcando las pautas del desarrollo laboral mediante valores universales. A lo cual un 100% de los encuestados respondieron estar de acuerdo con lo anteriormente dicho. Esto demuestra una vez más la importancia que los estudiantes dan a la ética profesional dentro del ámbito laboral.	

Tabla 1. (Cont.)

	Debilidades	Oportunidad	
INTERNAS	4% optó por estar en contra de lo anteriormente dicho. Eligiendo el No como su respuesta. Debe existir una relación entre la empresa y la sociedad con el fin de armonizar su fin económico.	El ambiente de trabajo debe permitir el bienestar laboral y un ambiente físico cómodo y adecuado que permita favorecer la satisfacción del empleado con el fin de aumentar productividad bajo los conceptos éticos y morales en la empresa. 100%	EXTERNAS
	Fortaleza	**Amenaza**	
	La mayoría de los estudiantes conocen las normas y reglas del comportamiento empresarial.	El grupo que no consideran que la actuación ético profesional permite asumir responsabilidades sociales efectivas. 4%	EXTERNAS
	Capacidad para aprender de sí mismo y planificar el futuro para ser más competitivo 96% Reglas y normas de la moral y la ética en los diversos ámbitos de la vida empresarial. Un 96%	La Ética dentro de las organizaciones. Solo un 4% manifestó no estar de acuerdo con lo anterior. Con que debe existir una relación entre la empresa y la sociedad con el fin de armonizar su fin económico.	
	El valor ético profesional se considera como la excelencia de una organización marcada por su capacidad de crecer en la mejora continua de todos los procesos 100%	Las amenazas se presentan en los porcentajes de las personas que no tienen claridad en el actuar ético y moral dentro y fuera de las organizaciones como futuros egresando del programa de negocios internacionales.	
	Asumir responsabilidad de manera efectiva. Como profesional en Negocios Internacionales debe ser ético teniendo el sentido de la responsabilidad social empresarial. Un 96 % La Ética y la Moral deben hacer parte de todos los ámbitos de la vida de una persona. También esto ha de ser tenido en cuenta dentro del funcionamiento de las organizaciones 100 % La actitud del trabajador frente a su propio trabajo debe estar fundamentada en los valores que		

Tabla 1. (Cont.)

	Fortaleza	Amenaza	
INTERNAS	desarrolla la Ética y la Moral, a lo anterior, un 100% La ética dentro de las organizaciones, a esto, un 96% de los encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con que debe existir una relación entre la empresa y la sociedad con el fin de armonizar su fin económico.		EXTERNAS

Fuente: Elaboración propia tomada de los datos graficados.

Conclusiones

Una vez finalizado el análisis de resultados se realizaron las respectivas conclusiones de la presente investigación. Para ello fue tenido en cuenta tanto el objetivo general el cual es: diagnosticar la ética la moral en los estudiantes del de programa de Negocios Internacionales en la Universidad de La Guajira sede Riohacha, como también el análisis de los objetivos generales planteados. Esto con la finalidad de responder la pregunta principal de la presente investigación.

En primer lugar se procedió a analizar los conocimientos que tienen los estudiantes sobre la ética y la moral. Se tuvo en cuenta los diferentes ámbitos en los que esta puede presentarse. Se decidió segmentar a los estudiantes por edades, género y estados civil, para tener una referencia de los grupos de personas que comparten un tipo de pensamiento similar. Además que se pudo analizar cuáles se presentan en mayoría y minoría.

El análisis de esta investigación pudo demostrar que la mayoría de los estudiantes que deciden estudiar Negocios Internacionales pertenecen al género femenino; tienen entre 20 y 26 años y su estado civil es solteros. Partiendo de esto se analizarán las respuestas en relación al tema tratado en la presente investigación la cual es uno de los pilares más importante de la vida del estudiante como futuro profesional.

En cuanto a la Ética y la Moral, los estudiantes manifestaron tener un amplio conocimiento con relación a las mismas. Dejando en claro en sus respuestas cuán conscientes son de la importancia que implica tener un

comportamiento ético y moral en todos los ámbitos de la vida. Además también dijeron tener claridad sobre este tema, lo cual reafirma su inclinación hacia una conducta ético y moral tanto en su vida personal como en comunidad.

Para dar respuesta a la presente investigación también fue analizado el pensamiento de los estudiantes en cuanto a la implementación de un sentir ético dentro de las organizaciones. Un punto clave teniendo en cuenta que serán futuros profesionales listos para desenvolverse en el ámbito laboral. En este punto una vez más se evidenció el interés de los estudiantes por dar relevancia la Ética y la Moral dentro de las organizaciones empresariales. Reconociendo la importancia de la misma para un mejor desenvolvimiento en el ambiente laboral y contando con ciertas normas y principios que mejoraría tanto la productividad empresarial como la laboral.

En esta investigación también se abordó el tema de la ética empresarial pero anclándolo esta vez a la responsabilidad social empresarial. Los estudiantes de Negocios Internacionales al ser cuestionados por la misma manifestaron estar de acuerdo con las acciones que vayan en pro de la implementación de la Ética en el ambiente laboral con un sentido enfocado a la responsabilidad social. Lo cual refleja su integridad ética como futuros profesionales en Negocios Internacionales.

Para la presente investigación también se analizó la ética profesional de los estudiantes teniendo en cuenta que esta le brindará una solidez en su vida laboral que no será fácil de derribar si se cumple a cabalidad. En esta ocasión los estudiantes acertaron al decir que consideraban de gran importancia la ética profesional, con sus normas, sus principios y todas las implicaciones que esta conlleva. No solo para la persona como individuo sino también para la empresa y para su vida en sociedad.

Por todo lo anterior, y respondiendo a la pregunta principal de la presente investigación, puede decirse que los estudiantes tienen pleno conocimiento de la importancia de la implementación de la Ética y la Moral en los diferentes ámbitos de su vida. Aún así los estudiantes también manifestaron que era necesario profundizar en estos temas, reforzarlos y hacerlos parte del programa de Negocios Internacionales, permitiendo esto que a la larga no solo se gradúen profesionales sino que sean profesionales integrales.

Recomendaciones

Partiendo del análisis de los resultados, y de las posteriores conclusiones, se procedió a hacer una serie de recomendaciones que se consideran idóneas con respecto a la presente investigación. Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto se recomienda lo siguiente:

- Plantear estrategias que permitan llevar un mensaje claro y conciso sobre la Ética y la Moral a todos los estudiantes de Negocios Internacionales.
- Crear murales y/o elementos audiovisuales que fomenten las normas y principios éticos y morales como estudiantes y futuros profesionales.
- Disponer espacios donde se ejemplifique tanto las ventajas como las desventajas de llevar o no una vida con base en la ética y la moral.
- Establecer un sistema de evaluación ético profesional que permita a los estudiantes reconocer y posteriormente enmendar sus falencias sobre el tema.
- Ofrecer talleres, cursos y/o seminarios que instruyan y permitan poner en práctica las conductas basadas en la ética y la moral de los estudiantes de negocios internacionales.
- Leer a los estudiantes el Código de Ética de los Negociadores Internacionales para que tengan la claridad sobre estos aspectos.
- Concientizar a los futuros empresarios de la transparencia en sus actuaciones.
- Dar a conocer el Código de Ética y Buen Gobierno de la Universidad de La Guajira para que toda la comunidad universitaria conozca toda la normatividad referente a la Ética y todo lo que esto implica para las organizaciones.

Bibliografía

Ander-Egg, E. (2003). *Investigación y diagnóstico para el trabajo social*. Argentina: Ed. Humanitas.

Ardichvili, A., Cardozo, R. & Sourav, R. (2003) A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing,* 18. pp. 105-123.

Barrios, D. (2009). Diseño organizacional bajo un enfoque sistémico. Recuperado el 09 de 05 de 2017: http://www.bdigital.unal.edu.co/1901/1/71366476.2010.pdf

Begoña, M. (2014). Tipos de nuevas organizaciones. Recuperado el 28 de 03 de 2017 de: http://www.dit.upm.es/~fsaez/blogs/netosfera/wp-content/blogs.dir/154/files/4-tipos-de-nuevas-organizaciones.pdf

Barbosa, W.A., Orrego, J.M., Torres, A.L., Betancur, C.L., y Tirado, P.C. (2012). Calidad de vida laboral en trabajadores de la Secretaria de Gobierno del Municipio de Dosquebradas. *Revista Cultura del Ciudado, 10*(1). pp. 51 - 62

Basurto, A. (2005). *Sistema Empresa Inteligente.* México: Empresa Inteligente.

Bernal Torres, C.A. (2010). *Metodología de la investigación.* Bogotá, Colombia: Pearson Educación.

Bonilla, E. (2011). *Metodología de la Investigación.* La Guajira, Colombia: Editorial Universitaria Universidad de La Guajira.

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración.* México: McGraw Hill.

Acuerdo Nº 003. Código de ética profesional del administrador de empresas. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. República de Colombia. 9 de julio de 1987.

Acuerdo Nº 001. Código de ética profesional del negociador internacional. Ministerio de Comercio Industria y Turismo. República de Colombia. 6 de abril de 2006.

Acuerdo Nº 12. Código de ética y buen gobierno de la universidad de La Guajira. Consejo Superior de la Universidad de La Guajira. 10 de diciembre de 2012.

Cortina, A. (1994). Ética de la Empresa. Madrid, España: Editorial. Trota

Daros, W.R. (2017) Ética y *deontología profesional para docentes.* Rosario, Argentina: UCEL Universidad del Centro Educativo Latinoamericano.

Diaz, Y. (5 de 10 de 2015). Estructura y diseño de la organizacion. Recuperado el 12 de 06 de 2017 de: https://prezi.com/0f0y9dfmuxry/estructura-y-diseno-de-la-organizacion/

Fred, D. (2003). *Conceptos de administración estratégica.* Mexico: Pearson Educación.

Habermas, J. (1988). *Conciencia moral y acción comunicativa.* Barcelona, España: Península.

Hurtado de Barrera, J. (2009). *El proyecto de investigación. Comprensión holística de la metodológía y la investigación.* Caracas, Venezuela: Quirón Ediciones.

Johnson, R.,y Kuby, P. (2015) *Estadistica elemental (lo esencial).* México: Cengage Learning Editores, S.A.

Krueger, R.A. (1991). *La metodología de la investigación mediante grupos focales.* Madrid, España: Editorial Pirámide.

Labrador Piquer, M.G., y Andreu Andrés, M.A. (2008). *Metodologías activas. Grupo de innovación en metodologías activas.* Valencia, España: Universidad Politécnica de Valencia.

López, R. (2013). Ética profesional en la formación universitaria. *Perfiles educativos, 35*(142). pp. 33 – 42.

Martínez y Sánchez (2009). *Administración Empresarial Básica.* Bogotá, Colombia: Editorial Gente Nueva.

Meriño, A. (05 de 08 de 2014). Las relaciones de poder y la comunicación en las organizaciones una fuente de cambio. Recuperado el 04 de 5 de 2017 de: http://www.scielo.org.co/pdf/adter/n24/n24a7.pdf

Monferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos de Marketing.* España: Universitat Jaume I.

Papa, N. (2014). Problemas de las estructuras organizacionales. Recuperado el 18 de 06 de 2017 de: http://www.ehowenespanol.com/problemas-estructuras-organizacionales-lista_105030/.

Pinto Aragon, E.E., Brito Carrillo, C.J., y Mendoza Catano, C.L. (2016). Ética y *moral en el contexto de las organizaciones.* La Guajira, Colombia: Editorial Universitaria Universidad de la Guajira.

Ponce, H. (septiembre 2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía.* Recuperado de: https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf

Romero, C., y Monroy, E. (2018) *Diagnóstico de la ética y moral en los estudiantes del programa de negocios internacionales de la universidad de La Guajira.* Centro de investigaciones Universidad de La Guajira, La Guajira, Colombia.

Rangel, O. y Alvarado, M. (2012). Ética como enfoque de la responsabilidad social: direccionamiento estratégico en universidades públicas. *Omnia,18*(2). pp. 95 – 108.

Reader, C. (julio de 2005). La historia de la estructura organizacional. Recuperado el 9 de 04 de 2017, de: http://www.ehowenespanol.com/historia-estructura-organizacional-info_313458/

Reyes, T. (2000). Métodos cualitativos de investigación: los grupos focales y el estudio de caso. *Fórum. 4*(2). doi: 10.33801/fe.v4i2.2913

Robbins, S.P., y Coulter, M. (2005). *Administración.* México: Pearson Educación.

Romero, M. (2013). *Organización y Procesos Empresariales.* Asunción, Paraguay: Edición del Autor.

Romero Zuñiga, C.M., Vargas, J., y Monroy Toro, S.L. (2017). Ética y *moral en el profesional de hoy.* Sarbruckem, Alemania: Editorial Académica Española.

Schnarch Kirberg, A. (2005). *Desarrollo de nuevos productos.* México: McGraw Hill S.A.

Soto, E. (2007). *Comportamiento organizacional: el impacto de las emociones.* México: International Thomson.

Strickland, T. (2001). *Administración estratégica: conceptos y casos.* México: Editorial McGraw Hill S.A.

Tamayo y Tamayo, M. (2010). *El proceso de investigación científica.* México: Noriega Editores.

Vargas Cordero, Z.R. (2004) Desarrollo moral, valores y ética; una investigación dentro del aula. *Revista Educación, 28*(2). pp. 91-104.

Velásquez Arisa, J.J., y Tarazona Méndez, M.A. (2016). *Percepciones y actitudes sobre ética empresarial en los procesos de servicio al cliente, liderados por los egresados graduados durante los años 2012 y 2013 de la Maestría en Administración de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga* (Tesis de grado Maestría) Universidad Santo Tomás, Bucaramanga, Colombia.

Ventura, J. (2009). *Análisis estratégico de la empresa.* Madrid, España: Paraninfo Cengage Learning.

ISBN 978-958-5534-24-7