



Julio 2019 - ISSN: 1696-8360



LA ÉTICA EN LOS DIFERENTES PROCESOS EMPRESARIALES

AUTORES:

Angelita Genoveva Tapia Bonifaz *

Sandra Patricia Jácome Tamayo**

Jaqueline Elizabeth Balseca Castro ***

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Genoveva.tapia@esepoch.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Angelita Genoveva Tapia Bonifaz, Sandra Patricia Jácome Tamayo y Jaqueline Elizabeth Balseca Castro (2019): "La ética en los diferentes procesos empresariales", Revista contribuciones a la Economía (julio-septiembre 2019).

En línea: <https://eumed.net/ce/2019/3/etica-procesos-empresariales.html>

RESUMEN

La razón que fundamenta el hablar sobre la ética, está relacionada con las malas prácticas empresariales a causa del desconocimiento o mala aplicación de códigos éticos. Por ello se busca solucionar estos errores y resolver el mal ejercicio del derecho. La sensibilidad social faculta a la plaza empresarial el esfuerzo por mejorar la estabilidad social. Todo por armonizar cada interés global; respecto a los intereses implicados o no afectados por la actividad de la decisión empresarial.

Principios éticos aplicables en todo ámbito son: la confidencialidad, lealtad, transparencia y responsabilidad. Tomando como referencia la veracidad que precede al principio del respeto el cual defiende el derecho de las personas. Sin ofender el derecho ciudadano.

En la actualidad al hablar de ética, el campo es amplio, puesto que conlleva a un desarrollo y fundamentación específica, con una evolución que ha ido a lo largo del tiempo e impacta en el desarrollo de ella sociedad. Tomando como referencia la historia, en el siglo XX los seres humanos han reconocido la importancia de tomar conciencia de la falta de práctica de valores y el no adecuado desarrollo del ser humano dentro de la sociedad.

La ética fundamentalmente es trascendental para la sostenibilidad del desarrollo y para las empresas., funcionando para resolver la Crisis Global. Basándose en el desarrollo social, económico del ser humano. Se tiene presente que los conflictos en el sector empresarial, son el resultado de la fuerte problemática del desarrollo que afectan a toda la humanidad, empresas y más a la Tierra. En donde la Ciencia y la tecnología generan impacto en la propiedad privada y en el mercado.

Pero la gran interrogante es **¿cuál es el significado real de la ética y su objetivo en el desarrollo moral humano en el comportamiento empresarial y en la sociedad?** La Ética establece el código moral de la cultura empresarial, el cual le permite al individuo reflexionar y predecir su conducta.

Los problemas se dan a raíz de las equivocadas reflexiones morales por parte de los profesionales y la mala aplicación de sus conocimientos. Las fallas éticas llevan al debilitamiento de la cultura organizacional de las empresas y la producción de bienes y servicios eficaces y aptos para satisfacer los gustos y preferencias del consumidor.

Existe una reflexión, la ética precede el código moral de todas las culturas, estableciendo principios que rigen distintas conductas. Las fundamentaciones de la importancia de la ética, la respaldan autores quienes establecen una filosofía empresarial.

Para la fundamentación del presente ensayo, se comenzará con definir que es la ética, una organización, y como esta se define como construcción humana, puesto que se utilizan recursos de distintos tipos: económicos, sociales, materiales y humanos.

Como no destacar que toda empresa tiene valores, entonces **¿cuáles son los principios que sustenta la ética?**, que facultan trabajar activamente. Los valores pueden ser múltiples, los mismos que contribuyen a la consecución del resultado esperado, sirviendo de ayuda para prevenir los comportamientos profesionales que acerquen a la compañía hacia la meta señalada. Un factor sustancial es el capital humano considerado como el trabajo de las personas en las empresas, el pensamiento como tal; es la base del capital intelectual, sentimiento y fuerza que mueve las emociones dando lugar a una actitud moralmente conveniente.

PALABRAS CLAVES: ÉTICA EN PROCESOS EMPRESARIALES

SUMMARY

The reason for talking about ethics is related to bad business practices due to ignorance or bad application of ethical codes. Therefore, it seeks to solve these errors and solve the wrong exercise of the right. The social sensibility empowers the corporate position the effort to improve social stability. Everything to harmonize each global interest; regarding the interests involved or not affected by the activity of the business decision.

Ethical principles applicable in all areas are: the condifendicality, loyalty, transparency and responsibility. Taking as reference the truth that precedes the principle of respect which defends the right of people. Without offending the citizen's right.

At present when talking about ethics, the field is broad, since it leads to a specific development and foundation, with an evolution that has gone through time and impacts the development of

society. Taking history as a reference, in the twentieth century, human beings have recognized the importance of becoming aware of the lack of values and the inadequate development of the human being within society.

Ethics is fundamentally important for the sustainability of development and for companies, working to solve the Global Crisis. Based on the social, economic development of the human being. It is borne in mind that conflicts in the business sector are the result of the strong problem of development that affects all of humanity, businesses and more to the Earth. Where Science and technology generate an impact on private property and the market.

But the big question is: what is the real meaning of ethics and its objective in human moral development in business behavior and in society? The Ethics establishes the moral code of the business culture, which allows the individual to reflect and predict their behavior.

The problems arise from the wrong moral reflections on the part of professionals and the misapplication of their knowledge. The ethical failures lead to the weakening of the organizational culture of the companies and the production of goods and services that are efficient and apt to satisfy the tastes and preferences of the consumer.

There is a reflection, ethics precedes the moral code of all cultures, establishing principles that govern different behaviors. The foundations of the importance of ethics are supported by authors who establish a business philosophy.

For the foundation of this essay, we will begin with defining what ethics is, an organization, and how it is defined as human construction, since resources of different types are used: economic, social, material and human.

As not highlighting that every company has values, then what are the principles that support ethics ?, which empower active work. The values can be multiple, the same ones that contribute to the achievement of the expected result, serving as an aid to prevent the professional behaviors that bring the company closer to the indicated goal. A substantial factor is human capital considered as the work of people in companies, thought as such; it is the base of the intellectual capital, feeling and force that moves the emotions giving rise to a morally convenient attitude.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para un eficaz desenvolvimiento de las empresas en todos los ámbitos, los ejecutivos y directivos son quienes colaboran de manera libre, compartiendo intereses y objetivos a obtener.

Las decisiones influyen en el devenir de la organización. La ética tiene que estar incluida potencialmente en la empresa, de modo que estén regidas a prestar servicios a personas eficazmente. Esto quiere decir que la empresa debe ser éticamente confiable y alcanzar un

desarrollo pleno, considerando que la falta de ética puede desencadenar en un sin número de faltas inmorales dentro de la empresa afectando negativamente a su convivencia social así como su competitividad, tanto en recursos humanos como económicos lo que no permitiría atraer a los clientes potenciales y por no ejercer adecuadamente el ejercicio comercial. Por lo que se hace imprescindible la aplicación de la ética en los diferentes procesos empresariales y su aplicación oportuna

DESARROLLO

Cuando se investiga el renacimiento de la ética empresarial por medio de la bibliografía disponible se busca una adecuada fundamentación. El mundo en el que vivimos está cambiando de forma acelerada, por impulso del avance tecnológico y de la globalización. La velocidad, la profundidad y la escala de los cambios a los que se ven sujetos los ciudadanos de hoy ponen en cuestión continuamente muchas cosas que creíamos o sabíamos hasta ahora (o que creíamos que sabíamos).

MECHEEE

La ética

Para Sócrates (469-399 a. C)

Como se sabe Sócrates no dejó varios escritos, pero sus pensamientos dejaron herencia a sus discípulos como son Jenofonte (2009) y Platón (2003), según ellos Sócrates no dejó sistemas filosóficos establecidos, su trabajo se centró en “personas de bien”. Él fue una especie de moralista dispuesto a elaborar conceptos objetivos mediante el método mayéutica (descubrir la verdad por uno mismo). Según Aristóteles, Sócrates es símbolo de encarnación de la esencia filosófica, es decir, el sincero y eficaz deseo de saber vivir consecuentemente.

Platón (429-347 a. C)

Platón (2003) también conocido como Aristocles conocido en la República como el bien supremo, al que se debe tender todo el comportamiento moral, la bondad siendo el objetivo natural de todo lo existente. La virtud y el orden espiritual del alma, son el presupuesto indispensable de la felicidad. Por ello el estado tiene como deber principal educar con virtud.

Aristóteles (484 – 322 a. C)

Este pensador dejó tres escritos importantes: ética a Eudemo, Gran Ética y Ética a Nicómano. Al adentrarse al concepto de felicidad, afirma que el bien y la razón de la felicidad son concebidos por lo común a imagen y semejanza. La ética no es ni puede ser una ciencia, dependiente del bien, sino una reflexión de forma práctica dirigida a la acción del bien. Cada acción tiene una función que está determinada por su propia naturaleza, actuar en contra de esta significa pelear con la propia naturaleza.

La ética y la moral son dos palabras que pueden confundirse fácilmente, Aristóteles siendo uno de los principales pensadores entiende a la ética como una disciplina que actúa de forma independiente dentro del ámbito práctico, a diferencia de la parte teórica que hace referencia a las “cosas que no pueden ser de otra forma” (Aristóteles, 1985) conjuntamente con la política y

la economía, la ética se preocupa de las acciones humanas, su dirección en la finalidad y el propósito del hombre en la tierra. El término moral por su parte se refiere al carácter o personalidad determinada de una persona expresada por sentimiento o actitudes dentro de la sociedad, es decir son el conjunto de valores y creencias adquiridas por hábito y dirigidas a la proyección que es lo más propio de la persona, su modo de actuar.

En el mundo contemporáneo la ética radica en sus diferenciaciones y tiene que ver con los cambios metodológicos para enfrentarse y reflexionar acerca de las cuestiones prácticas, el comportamiento ético en sus actividades no solo es una preocupación en el ámbito empresarial si no en los diferentes núcleos del entorno como el Estado, la iglesia, en el ámbito académico y principalmente en los receptores de productos y servicios. Una de las inquietudes de la actualidad es si la ética busca resolver los dilemas éticos que nacen a partir de las decisiones correctas que se toman en el día a día y a lo largo del transcurso de la vida de la empresa. (Blanco, 2013, págs. 9-11)

La ética frente a la ética empresarial

Conjunto de valores, normas y principios bajo el cual se rigen las actividades que desempeña una empresa se reflejan en la cultura de la compañía para alcanzar una mayor sintonía con la sociedad permitiendo una mejor adaptación a todos los entornos en condiciones que supone respetar los derechos y valores que comparten de una forma más simplificada. Es la conciencia que ayuda a distinguir entre los actos honestos o no y que generan responsabilidades y beneficios para todos los involucrados con la compañía y va ligado con la moralidad de los actos con los seres humanos, el objetivo de desarrollar un código de ética es combatir la difamación, el hostigamiento laboral, los anuncios engañosos y la corrupción.

El sentido de la palabra ética tiene que destacarse como el pilar fundamental de cualquier tipo de organización, siendo un factor determinante, este factor es especialmente percibido por la comunidad en general. Por tal motivo las empresas deben su propio "código de ética"

La ética empresarial además de buscar un bien común aplicando responsabilidad, es un compromiso permanente hacia todos los socios de una organización como son: clientes internos, clientes externos, inversionistas, proveedores, acreedores y el Estado en general, es decir, los stakeholders o grupos de interés. La ética hace su contribución en la credibilidad y confiabilidad de la sociedad en el ámbito empresarial, logrando satisfacer las necesidades y superar las expectativas de los consumidores. La ética "vende", es decir la publicidad que aplique ética atrae no repele, crea una buena reputación, pero tiene una desventaja que puede manipularse con la finalidad de obtener mayor captación de clientes y esto es malo para las empresas porque crean publicidades engañosas.

La ética laboral es un intangible antiguo que produce beneficios económicos y sociales a largo plazo para todos los allegados a la empresa. La mayoría de las compañías han adoptado los siguientes principios éticos: responsabilidad hacia el ambiente, acciones contra el racismo, la xenofobia y otros gestos de intolerancia, respetar las necesidades y derechos de los empleados, inversionistas, proveedores y clientes, crear políticas contra el hostigamiento

sexual, fomentar los valores predominantes en el ambiente, tener una visión amplia y mantener un ambiente seguro y saludable.

Un ejemplo en donde se utilizan estos principios es cuando se comercializa un bien o servicio de alta calidad que cubra una necesidad en el mercado sin buscar obtener ganancias exorbitantes, cuando se realiza esta acción la empresa queda como una empresa ética, responsable y justa ante los clientes, proveedores y empleados.

Toda empresa requiere demandas positivas de sus consumidoras, con decisiones ejecutadas en base a una situación financiera inspirada en una ética profundamente comprendida. Es necesario elaborar una ética desde el punto de vista del mercado.

Es conveniente definir qué se entiende por ética. El diccionario de la Real Academia Española la define como la parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre. La ética se refiere a la ciencia que trata del bien en general, y de las acciones humanas en orden a su bondad o maldad. En definitiva, la ética estudia la vida moral del hombre. Se centra en una dimensión particular dentro de la realidad humana: el comportamiento libre de la persona y, por ende, su conducta responsable. La ética reflexiona sobre el significado y profunda de la vida moral y se pregunta por el fin que persigue el hombre en su vivir, para determinar, a partir de esa meta, aquellos comportamientos mediante los cuales podría alcanzar la felicidad. De estas se considera que la ética está al servicio del hombre para ayudarlo a vivir mejor, en un sentido más humano. (García, 2004)

Entonces la ética es un tipo de saber práctico, en el que los actos humanos existen en calidad de buenos o malos, preocupado por averiguar el fin de cada acción, decidiendo de un modo de asumir hábitos ha de asumir.

En la década de 1970 surgió con fuerza en Estados Unidos la Business Ethics (Ética de los Negocios). El escándalo del Watergate, un caso de escuchas ilegales entre partidos políticos, provocó que la sociedad civil perdiera la confianza en las empresas y en el Gobierno y condujo a una mayor preocupación por la ética. A partir de 1980 la preocupación por la ética en el mundo de los negocios era prácticamente inexistente. La prioridad consistía en obtener beneficios y los empresarios tenían una visión a muy corto plazo. El Premio Nobel Milton Friedman planteó con toda claridad cuáles debían ser los intereses de las empresas: «La responsabilidad social de las empresas es incrementar sus beneficios». Frente a esta postura empiezan a consolidarse las posiciones éticas desde el ámbito empresarial y surgen instituciones y publicaciones específicas vinculadas al ámbito de la ética empresarial y de la Responsabilidad Social Corporativa. En 1987 se creó en Europa la Europea Business Ethics Network (Red Europea de Ética de la Empresa) (EBEN). Desde entonces se han ido creando centros y cátedras específicas relativos a la ética empresarial y a la responsabilidad social de las empresas.

En la década de 1990, escándalos como los de Enron, Parmalat y WorldCom provocaron un resurgimiento en la necesidad de introducir la ética en los negocios. (Cortina, 2012)

Los Principios éticos

Confidencialidad

Se conoce en derecho como una comunicación privilegiada, la cual se define como un intercambio de información entre dos personas en una relación entre el profesional y su cliente, en la cual la relación confidencial es expresamente reconocida por ley. (Lozano, 2011)

Veracidad

Es conocida como la adecuación de nuestro conocimiento y realidad que toma como modelo a Dios. Se encuentra fundamentada por la lógica y moral, refiriéndose a la rectitud de la voluntad para poder hacer el bien humano, siendo asesorada por la inteligencia para un conocimiento adecuado, ajustándose al modo existencial humano.

Lealtad

Es hacer aquello con lo que uno se ha comprometido aun entre circunstancias cambiantes y aun sin esperar recompensa. Un valor sin el cual nos quedamos solos y que debemos vivir nosotros antes que nadie. Porque si queremos amigos leales, debemos ser leales nosotros también. La lealtad implica un compromiso que va más allá, más profundo: es el estar con un amigo en las buenas y en las malas, es el trabajar no solo porque nos pagan, sino porque tenemos un compromiso más profundo con la empresa en donde trabajamos.

(Alcaide , 2010)

Transparencia

Actualmente reconocido como un instrumento de orden primero, que ayuda a cada ciudadano la información precisa, evitando problemas e incluso la injusticia moral alcanzando finalmente la eficacia.

Responsabilidad

Al tomar como referencia su origen es abstracto, puesto que origina innumerables cantidades de definiciones, es así como los seres humanos la aplican en el ámbito civil, y penal porque se lo practica en todas las áreas del derecho. Que tiene como característica principal la conducta determinante en su imputabilidad.

Consecuentemente, la ética empresarial, es una reflexión ético-crítica de la actividad empresarial y cuya función es "dar razón de los presupuestos morales que conforman y sustentan la legitimidad de la empresa, De tal manera se trata de precisar los modelos éticos en los mundos cambiantes. El departamento de recursos humanos tiene la misión de regular al cien por ciento la ética. También se analiza las actuaciones de la empresa, ocupada en controlar las políticas de gobiernos y la toma de decisiones más importantes.

Culturalmente existe esquemas aplicables a la sociedad que rigen el comportamiento individual o colectivo juntamente con las escalas de valores morales aplicables a lo largo del tiempo. La prioridad que tiene la ética es alta y más en el avance social y empresarial.

Es importante entender que universalmente el mercadeo es considerado como una ciencia. Que se aplica a los diferentes modelos y sistemas económicos. Cabe entender que la principal

responsabilidad de la ética es la correcta comercialización del producto desde el mercado hasta el consumidor, cumplido con todas las normas.

Para que la ética sea aplicable en el mercadeo se debe establecer una autonomía propia, con códigos éticos articulados en base a un correcto mercado. Entendida de otro modo la corrupción y el corrompiendo del mercado. La ética aceptada en el mundo de los negocios es la economía., que emplea la ética pública regulando las relaciones sociales.

La ética empresarial surge en un país avanzado tanto en la ciencia como en la tecnología, seguidamente de Japón; ejemplos evidentes de la búsqueda de una ética aplicada.

Para llevarnos a un paradigma empresarial, en plural o singular dependiendo de cada organización., conociendo sus stakeholders y cuál es el grado de importancia dividiendo en ejes centrales capaces de modificar la conducta dentro de las labores profesionales.

Como beneficios de la ética empresarial se hallan las directrices, señaladas como un factor que va construyendo la ética a lo largo del tiempo. En particular es sencillo entender que todo el personal acepte las políticas, para que en verdad se pueda compartir un ambiente de respeto y practica de valores éticos. Todos comprenden que para lograr objetivos se debe emplear medios no objetables que sustenten la veracidad y confiabilidad de los procesos. Esta visión clarificada, del cómo se va originando los conflictos, da soluciones rápidas impuesta o no por la empresa.

El ambiente que crea la ética, es de carácter formal y trascendental, que regula los acontecimientos del diario vivir.

Se da algo provechoso y beneficioso para la empresa, los valores compartidos, en que las personas se identifican en las empresas, sean públicas y privadas. Este vínculo se basa en el énfasis que se pone en la organización que se trabaja.

Hasta los dirigentes, exigen la ética, por motivo de precautelar la integridad personal. Mostrándose la fortaleza que tiene la empresa. Con las relaciones positivas y hasta de tipo conflictiva con los directivos.

Si, quienes integran los niveles superiores, de la empresa, pese a un comportamiento dudoso el cual es compartido con el personal, en este momento actúa la ética interna y las excelentes relaciones personales, que lleva al alcance de la eficiencia y efectividad.

Otro punto fuerte es la ética social, y especialmente el grado de responsabilidad que es asumida, por las empresas en relación con su entorno. que contribuye a su armonía de valores morales y sociales.

Cada empresa adopta una cultura de ética, en la totalidad de sus operaciones y transparencia, de la información financiera con una ventaja competitiva muy significativa.

La operación basada en la ética es el mejor modo de tener una empresa sólida y perdurable; resulta benéfico a la larga e indispensable para construir una institución sana y duradera. En suma, la ética produce beneficios.

En el sector financiero, se dan casos o situaciones de lugar al modo de ver las cosas, con una frecuencia legislativa. Demostrando que la crisis económica que se manifiesta, la ética de las

finanzas. La crisis económica se manifiesta con sus líderes morales apoyándolos. En constancia con el pasar del tiempo, los problemas siempre han ocurrido, en el instante que la población decide actuar en las finanzas, y sus fallos en los problemas tengan soluciones o maneras de resolverlo éticamente. Al inicio se han dado retroalimentaciones morales que le dejan reflexionar al hombre de lo que está bien y mal.

La ética en las ventas

Diversas organizaciones comienzan a conformar su estructura con cimientos basados en los valores organizacionales, así como la forma de actuar y transferir estas acciones con otras personas y organizaciones, sin embargo, aún existen empresas para las cuales “el fin justifica los medios”, y aquí es donde habría que cuestionarse cuál es el rol de la ética en la actualidad. Se debe tener en cuenta que el dinero nació como una herramienta que simplifica las transacciones necesarias para el desarrollo de toda actividad económica, para el oportuno intercambio de bienes y servicios que los seres humanos requieren para vivir.

De igual forma, en el instante que una persona llega, pese a que ya cuenta con la visualización de todo o que sea permitido, se enfrenta varias veces con múltiples filosofías organizacionales. La ética recopila valores universales que el empleado toma muy encuentra.

No obstante que el conocimiento de la ética es un desafío y vienen de parte de la empresa siendo imprescindible para la conducta humana.

Con el transcurrir del tiempo y conforme las compañías se vuelven maduras, comienzan, a su vez, a volverse más abiertas en temas éticos, puesto que saben que sus integrantes ya viven la ética como parte de su comportamiento habitual.

La ética juega un papel muy importante en las ventas de las empresas, surge como un nuevo paradigma que las compañías asumen en los negocios con la finalidad de hacer sostenible la rentabilidad a nivel nacional e internacional. Una de los principales encargos de los vendedores de una empresa es ser responsables, ser honestos y tener principios éticos que rijan su diario vivir y de esta manera destacarse antes sus clientes reales y potenciales.

Son muy importante las relaciones a largo plazo entre el producto y los clientes, hay que tener en cuenta que la primera impresión que les da una empresa en la atención a sus clientes es la que perdurará toda la vida, así que hay que aprovechar la primera compra para fidelizar el cliente. La ética en las ventas es definida como un concepto abstracto, dentro del proceso de venta ética existe cuatro etapas muy importantes según James Resto los mismos son: esencia moral, juicio moral, la motivación moral y el comportamiento moral. Lo que se considera ético en algún caso en otro no es ético, el simple hecho de invitar a comer puede ser visto como un acto no ético según un estudio en los Estados Unidos.

Según los investigadores (Keller, 2016) la toma de decisiones equivocadas por parte de los vendedores se da debido a la presión que las empresas ejercen a corto plazo para la satisfacción de los clientes. Por otro lado (Kuster, 2014) destaca que la situación de presión por las empresas hace que los vendedores realicen acciones que se consideran poco éticas en la relación con los clientes. En la actualidad de empresas se preocupan o dan mayor importancia

a los comportamientos adecuados de los vendedores, ya que su objetivo es mantener y crear fidelidad de los clientes, es por ello que han aumentado en número de empresas que se preocupan y toman conciencia de la ética como fuente generadora de beneficio, para llegar a tener una ventaja diferenciadora de sus competidores.

El comportamiento ético de los directivos de una empresa genera una fuente de confianza y compromiso por los diferentes grupos de interés. Por otra parte, el comportamiento no ético hace que se pierda la imagen de la empresa y en un futuro puede ocasionar su desaparición. Hay una relación inmensa entre los directivos de venta y la actuación del vendedor frente al cliente, estas variables están íntimamente relacionadas ya que si una crece la otra también lo hace o viceversa. Por tanto, si se aplica la ética desde el nivel directivo se verá un buen resultado en el nivel operativo ya que toman como ejemplo a sus superiores.

Al momento de hablar de la ética de un vendedor se hace referencia a la conducta que este tiene como representante de la organización para el cual trabaja, cuida los intereses de la empresa y la manera con que trabajan que no sean mal utilizadas. Un vendedor profesional distingue la delgada línea que existe entre una venta con ética y una publicidad engañosa. Un vendedor sin ética puede convertirse en una amenaza para la empresa y los activos pueden ser mal utilizados.

Un vendedor profesional se encarga de que los clientes regresen, pero un vendedor que no aplica ética y no es justo puede hacer que los clientes se vayan y la empresa pierda clientes, cree desprestigio en la empresa y sea mal vista por los clientes. Promover la buena conducta cuida la reputación de la empresa, es decir tratar a los grupos de interés con ética e integridad. Los ejecutivos en ventas son emisarios, es decir si uno de ellos cruza la línea de la ética manipulando precios o hacer promesas no factibles en el futuro el cliente no confiará en la empresa. Ganar la confianza del consumidor es fundamental en una empresa ya que ellos son el pilar fundamental para la rentabilidad de la empresa, experimentando un ambiente de confianza y calidez al momento de realizar una compra. Fomentar una cultura que recompense la ética a los stakeholders es importante en la empresa para mantenerla.

Hoy en día los vendedores piensan que con decir mentiras piadosas van a incrementar sus ventas y presionando al cliente venderán más. Por otro lado, las empresas no quieren responsabilizarse de las tácticas sin éticas que utilizan los vendedores, y además muchos directivos de las empresas se lavan las manos manifestando que no tienen que ver con los altos mandos mucho menos con la empresa. Eso es un pensamiento erróneo ya que el vendedor es la imagen de la organización.

Bien es cierto que si se empiezan a tomar conciencia sobre el comportamiento ético de los vendedores hace que la empresa pierda la confianza del cliente, ya se está mostrando y al cliente no se lo puede engañar ni una vez ya que las malas experiencias de compras perduran durante toda su existencia y no volverá a comprar. Por otro lado, una conducta con ética por parte del vendedor aumentará la confianza, el respeto y la satisfacción por parte de la clientela.

La ética en las compras

Una gestión correcta de compras asegura a la organización contar con los mejores proveedores, para poder en ser los mejores al momento de ofrecer los productos o servicios.

La ética en la gestión de compra no es simplemente evitar las cuestiones no deshonestas, sino que también tiene que ver las funciones indebidas como empresa, a favor del personal de la organización. El comprador es la parte fundamental de la empresa y es por ello que se debe mantener la reputación e imagen. Es por ello que se debe llevar a cabo las tareas y actividades de manera intachable para mantener el prestigio de la organización y ser diferente a la competencia.

Las personas que son encargadas de la gestión de compras deben ser personas honestas ya que asumen muchas responsabilidades, pero al mismo tiempo tienen mucho poder dentro de la empresa, y esto conlleva de forma indirecta a ocasionar daños y mal manejo de sus funciones con la finalidad de abusar indiscriminadamente de su posición. Esto exige que las personas encargadas de realizar las compras trabajen aplicando una buena conducta, aplicando ética.

La función de compras tiene como misión principal asegurar y garantizar el suministro de los insumos de una empresa al igual que los materiales para la normal operación de las funciones de una organización. Es por ello que el comprador debe basarse en la integridad, el respeto y la imparcialidad. La ética empresarial implica una elección apropiada de proveedores congruentes, buscando los mejores precios en el mercado, la obtención de los materiales de calidad requeridos en la empresa, oportunidad de abastecimiento y ante todo la responsabilidad social.

El gerente de las compras debe tener un compromiso moral ya que las organizaciones le otorgan el poder principal para disponer de los recursos de la empresa, por ello las organizaciones deben saber escoger con inteligencia a la persona encargada de estas funciones y dotar un equipo específico que sea útil para este departamento y se pueda realizar la gestión de forma efectiva. Cara a cara con los proveedores los valores éticos deben considerarse en el proceso de selección, haciendo cumplir el tiempo de la entrega, siendo inflexibles con la calidad del producto y tomar en cuenta los requerimientos de los clientes o consumidores.

Mantener una relación de cooperación con los proveedores evitando hacer compras que causen daños nocivos con el Medio Ambiente, hoy en día es muy importante la visibilidad de la cadena de suministros, no solo en el ámbito interno sino también en la parte externa, es decir con los clientes y consumidores. Es importante tomar acciones para que las responsabilidades de compras no solo recaigan en una persona, por lo menos el proceso de reclutamiento de los proveedores, es decir, el proceso de elección, evaluación y calificación es recomendable que recaiga en el área del control de la calidad o de Recursos Humanos.

Las funciones del departamento de compras de una empresa debe estar sometida en una vigilancia continua y cuidadosa debido a las importantes cantidades de dinero que este departamento maneja, y la gran capacidad de negociación que ellos manejan, es por ello que los códigos de éticas desarrollados por las empresas ponen un gran enfoque en la sección de compras, para evitar que terceras personas saquen provecho de este proceso entre las

necesidades de la organización y la de sus empleados, actuando en dos sentidos: elevar el nivel de satisfacción de los negociadores y actuando mediante el control y la represión. Entre las acciones que toman las empresas para disminuir la mala conducta o mal comportamiento ético por parte del personal del Departamento de Compras, se encuentra: la rotación de los puestos del personal negociador, o la obligación de adjuntar a cada proceso un documento que sustente la cantidad de pedido realizado, siendo que la persona que firme la documentación como principal responsable del proceso realizado.

El talento ético profesional

La responsabilidad social debe implantarse en la consecuente toma de decisiones de la empresa. Sin limitar el medio de acción profesional con la debida prudencia. Cumpliendo con las exigencias de la justicia requerida por cada empresa.

En la aplicación de la profesión se hace énfasis en los dos tipos de competencia para relacionarlo con la realidad empresarial. Son la inteligencia y los valores, que dan la facultad al ser humano de tener distintos modos de aplicar la profesionalidad. Los valores que enseñan el mejor camino en la conducta humana., están estructurados por la deliberación personal. Dándole sentido a los procesos de interacción social. En el sector empresarial se los agrupa distintamente; pueden ser personales, sociales y económicos.

De modo que las fortalezas y capacidades generen una actitud positiva en el desarrollo de los rasgos morales, que son los requeridos en el entorno laboral.

La palabra inteligencia proviene del latín *intelligere*, es decir unir partes para construir un todo. Siendo este el comportamiento técnico de las personas; su función es dirigir el comportamiento para resolver bien nuestros problemas vitales, afectivos profesionales. (Campomanes & Díaz , 2013)

De modo que el ser humano emplea la actitud para hacer las cosas con energía. Dándole mayor importancia a la conciencia para la mejora continua de la productividad.

El Código de ética es una herramienta que fija normas ontológicas, que se adaptan a cada profesión y su realidad, para así ayudar a clarificar la conducta y comportamiento no deseados. Desempeñando una función identificadora de la profesión.

En el proceso productivo

Toda organización trabaja en pos de la consecución de sus objetivos. Delegando a su fuerza laboral la responsabilidad de dirigir, ejecutar y gestionar distintivamente operaciones que reflejan cual es la situación actual de la empresa.

Es importante la necesidad de contar con profesionales no solamente competentes, también con valores éticos definidos para manejar con certeza los estados financieros, con el respeto de normativas reglamentarias La moral que en circunstancias saben confundir con los valores instituidos para juzgar el diario actuar.

El proceder, conlleva un propio desarrollo, controlan el desenvolvimiento de los ciudadanos. Conforme a los criterios que manejan los profesionales y administradores.

En el caso del crecimiento del nivel interno, se incluye la participación de los proveedores dentro del sistema empresarial; la manera en cómo piensan todos los clientes en sus niveles

de ejercicio laboral, en el lugar del mundo que se encuentren. Puesto que la globalización, no solo define el nivel comercial, sino también el intercambio de culturas e ideas. Donde se busca la sostenibilidad.

La Aplicación de la responsabilidad social y la grave preocupación social

Hoy en día, las empresas a más de alcanzar el beneficio necesario para mantenerse en el mercado, pretende satisfacer una serie de presupuestos éticos en su actuar, los mismos que son valorados por los consumidores e inversores. Por otra parte, la responsabilidad social integra varias preocupaciones sociales en el conjunto de actividades comerciales y operacionales en el ejercicio de la compra y venta. Más aún, practicando optimas relaciones laborales.

La Globalización es considerada una actividad que en estos tiempos normaliza el comercio. A su vez, se tiene que dejar de lado el miedo a lo extranjero porque no le permite progresar dentro del cambio constante en el mundo de los negocios, adoptando sea enfoques de gestión que busca una correcta relación beneficio costo

Asimismo, la ética de los negocios y la ética de la economía, han ido evolucionando con el avance industrial de todos los países., planteamientos de las relaciones humanas y las preocupaciones de tipo social. Hay que mencionar que para el desarrollo de la ética se aplican técnicas que rodean el intercambio comercial. Si se abala de una ética privada, es la autenticidad moral. Con respecto a la moralidad pública, se plasman los objetivos y sus beneficios logrados gracias a la racionalización de la economía en los negocios, midiendo los efectos o consecuencias de una práctica económica.

La empresa controla el enfoque y progreso personal y social de cada empleado sin prescindir la responsabilidad. Con respecto a la sociedad de consumo depende del funcionamiento de un sistema de valores, dándole un sentido a cada acto, previo a la identificación de la necesidad y sus tipos., además de entender que el consumo de la sociedad puede ser intercambiado con el paso del tiempo.

La expectativa significa el cambio. Es por ello que el individuo en su condición es característico por su modo de comportar cambiante, siendo impredecible su reacción ante cualquier circunstancia. Cabe comprender que a falta de ética en las empresas provoca errores en la transparencia de los procesos empresariales de cualquier empresa

Todo esto ocasiona escándalos empresariales que implican prácticas no tan seguras en el ámbito contable, buscando siempre que los resultados de la compañía mejoren financieramente. Evitando la mala práctica de políticas que repercuten en la situación de la empresa posteriormente

El hombre considera que los hechos se piensan, que de mano de las actitudes se pueden modificar y construir teórica y prácticamente la ética. Generando grandes resultados con una visión de lo que se busca alcanzar. En cambio, cuando los hechos son la extrema y común escasez, las actitudes serían la de una mayor necesidad de benevolencia mutua; y la ética resultante sería la de ayudar al prójimo.

Un recurso moral es la confianza que muestra como activos empresariales., dando el significado de la función social que permite que la ética actúe en la interacción humana. Otro factor importante es el dialogo entre las organizaciones y las empresas económicas. Tomando en cuenta las limitaciones que conlleva la aplicación de un Código de ética empresarial y de la fundamentación que va más allá de la justificación de normas, y propuestas de ética de gran labor.

Al tomar como referencia el tiempo, durante las últimas décadas se ha ido trabajando para regular ética y críticamente el comportamiento humano.

Es evidente que la confianza es necesaria para poder mantener y mejorar, todas las relaciones que integran una empresa, buscando el protagonismo dentro de la organización. Con el empleo de una metodología reconstructiva, sabiendo promulgar la legitimidad de cada organización.

Ética y las normas de comercialización

Para lograr un nexo entre los distintos tipos de comercios, y las normas que se ejecutan se debe trabajar, enfocándose en los ejemplos de países con un avance excelente en sentido ético comercial.

Al hablar en el sentido internacional, las normas recomendadas son las ISO 37001, es nueva y diseñada especialmente para implementar un sistema de gestión contra una mala práctica comercial. Donde los procesos de gestión y control ya existen en su organización. Puesto que sigue la común estructura para los sistemas de gestión. Para lo cual se deben cumplir requisitos que preservan la integridad empresarial.

Por otro lado, cabe mencionar las normas Iso 9001; aplicables a organizaciones que buscan ventajas por medio de la implementación de un sistema de gestión de la calidad y confianza con sus proveedores. Tomando como referente que la calidad del producto o del servicio, representan fuerzas vitales de cada empresa y sus fuentes de ventaja competitiva. En vista de que la integración de las economías nacionales o mundiales, son los que garantizan un mercado estable, con una sociedad exigente.

A fin de que se conciba a la empresa como un modo de relaciones de cooperación económica, una posición positiva en la naturaleza y potencialidad de la empresa buscando el bienestar económico, con la diversidad, sin desconocer los sistemas integrados de gestión.

La Ética y el Contador Público

Para manejar finanzas adecuadas se necesita de un contador ya sea de carácter público o privado, quien distingue los comportamientos y las finanzas de las empresas. Que van de la mano con la ética. Quien debe tener presente que su actuación profesional conduce a tomar decisiones que repercuten hacia terceros, por lo que al emitir sus opiniones deberá hacerlos con independencia de criterio.

La conducta de los auditores es irreprochable en todo momento y circunstancias, y si actúa de forma no profesional, y no aplica un código de ética. Dentro de las cuestiones de labor de auditoría, no debe verse afectado el desenvolvimiento profesional, por intereses personales o

externos. Del mismo modo la relación que guardan con las entidades financieras, donde se dan conflictos de lealtades e intereses, los que son controlados diseñando códigos éticos a seguir.

Se debe tener presente que, la profesión del Contador, tiene como objetivo la satisfacción de las necesidades de información, acerca de las organizaciones sociales y jurídicas de agentes socioeconómicos, a fin de generar información para controlar y poder medir la gestión oportuna de toma de decisiones. En el caso de sus actuaciones se dan servicios económicos. Así por ejemplo la aplicación de lo normado en el código de ética y su desempeño.

Por tal motivo, al hablar de ética, es limitarse a crecer económicamente, evitando el daño al espacio donde se habita. Para a medida en que se afecte positivamente el sistema a favor de la generación de utilidades.

En las éticas empresariales se puede diferenciarlo, en el ámbito económico de manera descriptiva, reconociendo el distinto tipo de saberes o pretensiones normativas, de una naturaleza moral. Como disciplina académica, abarca todos los temas como: el estudio y crítica de cada valor efectivo el cual domina en los ámbitos económicos. Se puede criticar los valores efectivamente.

Las organizaciones analizan casos reales. Que evidencian la responsabilidad, de todos os que constituyen la organización, valores más efectivos y éticos, de seguimiento y descripción de la importancia de estos códigos morales. También se ocupa con frecuencia una ética empresarial, con virtudes personales que deben presentarse en los negocios, y en una misma organización. Pese a que las organizaciones están integradas por personas con carácter personal de directores, tienen gran significancia decisiva en formar un perfil ético corporativo. Va formándose de esta manera la institucionalidad.

Tanto los fundamentos tienen valores, normas y principios de naturaleza ética empresarial, adaptándose al sentido de funcionamiento en el mercado. La razón del por qué se necesita ética en las organizaciones e que se ordena con un carácter organizativo, se hace necesario y ha sido post industrial y post capitalista.

Desde cualquier lugar las organizaciones ejercen gran influencia, por la vida, gente y la gran capacidad de un valor adquisitivo. Teniendo más capacidad y poder en el estado que es practicada. Por tal motivo son objeto de presiones y demandas de quienes, se tiene de un modo adecuado o regido a patrones muy variados. Ya que las responsabilidades varían y evitan resultados equivocados. El que una organización deba ser responsable de todas a las actividades que desarrollen. En todos los países desarrollados existe legislación detallada con una ética fundamentada y establecida, que especifica la razón de todo, con razones administrativas mercantiles que tiene los dueños. En cada país desarrollado hay sistemas fiables que son tomados como referente para seguir, que se hace efectivo sin importar que aún no se alcanza la meta propuesta en su totalidad. Si se habla de una conciencia social la cual respeta la unidad de mando existente, en cualquier lugar del mundo, porque ya tiene su poder jerarquizado con sus unidades de mando. Se sienten motivados por agentes externos e internos que en sí perfeccionan a la organización, a medida que sea posible, para que responda con sus obligaciones respectivas. Para conducir a los empleados, jefes y todos os

que componen la empresa, en el momento exacto que se acumula la reflexión de una conciencia moral que puede producir la bancarrota moral.

En cierto momento, las empresas descuidan sus responsabilidades comerciales. Vinculadas a una cultura ética, que plantea distintos escenarios de las empresas. Estableciendo una actitud proactiva, que anticipa las demandas de cada cliente.

Hay que revisar la dimensión de cada organización para corroborar si la sociedad actual se comporta bien. Sustentada en un código ético, formal y expresado en su totalidad en la organización. Porque el comité de la ética, velara por el cumplimiento de un Código en cuestiones de integridad. Por la realización de una auditoria ética, que verifica el cumplimiento de lo que la empresa establece.

Revelando si se han practicado oportunamente las gestiones empresariales. Con sus cuestiones éticas manteniendo una buena reputación.

Como se podrá notar se realizado una investigación bibliográfica, en que la ciencia aborda el surgimiento de la ética como tema central con su debida importancia en relación del consentimiento informado.

CONCLUSIONES

Primeramente, el papel que desempeña la ética es crucial, mas con la ayuda de los medios comunicativos que dentro de la economía gestionan acuerdos con todos los implicados en la realización de una compra o venta. Factores como la injusticia o la preocupación por las futuras generaciones, no permite identificar los problemas reales de cada empresa y el gran índice d utilidad que se busca obtener.

Las necesidades que cada empresa tiene es de adoptar perspectivas que gestionen la buena comunicación, con el apoyo de los recursos humanos que deben ser apropiados para la inter organización.

En los últimos años, se ha mostrado un creciente desarrollo de las empresas, en favor de la ética, ayudando a mejorar la calidad de vida humana. Pese a los grados de corrupción enfrentados por las entidades al buscar ocupar un lugar en el mercado.

En sí la ética es necesaria, para enfrentar problemas relacionados a la toma de decisiones, para evitar fatales consecuencias, ineludiblemente sin alterar las reglas morales. El ambiente moral de la sociedad produce un relativismo valido en la aplicación de normas éticas.

Para mantener una conducta ética, en el ámbito comercial proporciona beneficios en todos los niveles. A cada vendedor, le otorga satisfacción laboral, disminuyendo el estrés, creando una alta satisfacción y compromiso con la empresa. Después del proceso de revisión, organización, condensación, preparación, interpretación y clasificación de la información recolectada, se plasma que es lo mas importante.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaide , J. (2010). *Fidelización del cliente*. España: HESIC. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=GyAO8Sbe63cC&printsec=frontcover&dq=concepto+de+lealtad+libros+pdf&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwimqqKgtrXjAhWrwVkkHaKJB88Q6AEIOTAD#v=onepage&q&f=false>
- Aristóteles. (1985). *La Ética en a empresa*.
- Blanco, L. A. (2013). *Ética Integral*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Campomanes , E., & Díaz , L. (2013). *Ética Empresarial, ideas, reflexiones y casos*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Arences. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=aiQbDQAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Cortina , A. (2012). *La ética en la empresa*. Obtenido de <https://aechile.cl/wp-content/uploads/2013/02/Etica-MH.pdf>
- García , D. (2004). *Orígen y desarrollo de la ética empresarial*. Trota: ESIC. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=QKn6PQAACAAJ&dq=etica+empresarial+del+dialogo+de+la+confianza+de+domingo+garcia&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwie7aDI07PjAhUKZc0KHWtdDJIQ6AEILDAB>
- Keller, K. y. (2016). *Dirección de Marketing*. España: Preason Prentice Hall.
- Kuster, L. &. (2014). *Gestión de la venta personal y de equipos comerciales*. Madrid: Paraninfo.
- Lozano, F. (2011). *Qué es la etica de la empresa*. Madrid : Saber . Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=IA0vDgAAQBAJ&pg=PT91&dq=la+etica+y+la+confidencialidad&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiWvsyStbXjAhVJo1kKHcdvAsoQ6wEIKTAA#v=onepage&q=la%20etica%20y%20la%20confidencialidad&f=false>