



CONCLUSIONES.

Una vez realizada la investigación de campo y de acuerdo a las respuestas de los encuestados, el 87% de los encuestados cuentan con un Código de ética organizacional y el 13% no tienen, ni lo aplican; sin embargo el resultado se ve afectado porque aunque el 87% cuenta con un Código de ética, tan solo el 70% realiza una adecuada divulgación de éste, por lo que el 30% que no lo aplica, es como si no contara con uno ya que no se le da un adecuado seguimiento.

Los comentarios generales de los encuestados es que cuando se aplica adecuadamente el Código de ética se obtiene un mayor grado de confiabilidad en cuanto a sus actividades y el resultado de las mismas, en su información financiera; además se vuelven más eficientes sus procesos, se disminuyen los controles internos de la empresa y con ello sus costos.

El aumento de la confianza no tan sólo se da internamente ya que los inversionistas, clientes y proveedores al percibir que la empresa cuenta con una cultura organizacional aumenta la confianza que deposita en ella.

Para los usuarios externos que realizan una toma de decisiones en base a la información que las empresas emiten, es muy importante que la información que se les presenta sea confiable, por lo que las empresas que presentan información transparente y confiable obtienen una ventaja competitiva en el mercado con respecto a las demás.



Esta ventaja competitiva respecto a la aplicación del Código de ética o cultura organizacional se puede reflejar según los encuestados en los siguientes aspectos:

- Algunas de las compañías encuestadas se encuentran reguladas por la Ley Sarbanes Oxley, debido a que aparte de cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores, también se encuentran participando en la Bolsa de New York (NYSE). Estas empresas perciben que al implementar el Código el precio de sus acciones se elevó debido a que aumenta la confianza y con ello la aceptación de sus acciones en el mercado financiero.
- Otras empresas que buscan invertir en desarrollo, expandir su mercado, competir a nivel mundial, lo están logrando gracias al capital que han invertido en ellas los inversionistas, debido a la transparencia que muestran en su información financiera y en la confianza que les brindan.
- Otras de las empresas encuestadas enfocaban los resultados obtenidos hacia el aumento de los clientes debido a la imagen que proyectan al tener una cultura organizacional.
- Y por último la mayor ventaja que percibían es que obtienen empleados más leales. Con lo que se disminuyen fugas de información, robos hormiga, realización de transacciones no relacionadas con la empresa, etc., y se aumenta la transparencia en la información, la confianza tanto externa como interna, la calidad de los productos y/o servicios.

Otro punto que es muy importante para que la información de una seguridad razonable, es que las empresas se deben apegar a los principios de contabilidad y a los estándares que establece la Bolsa Mexicana de Valores, esto con el fin de que los estándares que use la empresa sean de alta calidad y de cómo resultado información financiera que sea útil y confiable. Además esta información debe ser complementada con información específica de la compañía (información no financiera), esto con el fin de dar un panorama más completo a los inversionistas actuales y a los futuros inversionistas.



Enfocándome en los Capítulos anteriores, la transparencia es la obligación que tienen los directivos (CEO y CFO) de informar sobre la situación de la empresa. La forma en que estos directivos van a informar sobre como se encuentra la empresa es por medio de los reportes trimestrales y anuales que emite la empresa.

Para que se de un proceso de transparencia en la información financiera que emiten las compañías es necesario que exista un buen desempeño interno, para que en los procesos que sigue la empresa no surjan distorsiones en la información.

Por lo tanto hay que tener siempre presente que es muy importante el papel que juega la transparencia en la Información Financiera; ya que los Reportes Financieros y una adecuada divulgación, son cruciales para el desarrollo de la compañía, ayudan a eficientar los mercados y contribuyen con el desarrollo de la economía del país.

Pero para que se logre dar un proceso de transparencia en la Información Financiera es necesario que los miembros de la empresa cuenten con una cultura organizacional, la cual se obtiene con la creación y aplicación de un Código de Ética Organizacional. Ya que por medio de este código se establece como se debe comportar los empleados y directivos, además que se establecen guías de comportamiento para poder afrontar ciertas situaciones de fraude o de ineficiencia en los Controles Internos que afecten las operaciones de la compañía.

La creación del Código de ética organizacional disminuye la incertidumbre, ya que se tiene claro cual es el comportamiento que se debe seguir por toda la organización. Además que al crear una cultura organizacional en todos los niveles de la empresa, disminuye el comportamiento no ético por parte de los directivos y empleados, ya que estos al no contar con una cultura y una ética tienden a realizar actos deshonestos como el ocultamiento de pérdidas al preparar los Estados Financieros, menor reporte de ingresos, transferencias de fondos a reservas ocultas, o cualquier otra operación que afecte la Información de la empresa.



Como podemos observar la transparencia y la ética inevitablemente dan un valor agregado a la compañía, ya que al emitir Información Financiera que sea confiable y que esté respaldada por una compañía que tenga unos valores éticos que permitan a la organización actuar siempre de una manera íntegra; esta característica da una ventaja competitiva, ya que la ética hace que las organizaciones se distingan de las demás, debido a que sus operaciones y procesos diarios se distinguen por ser transparentes, y esto da la confianza suficiente a los usuarios de la información con respecto a sus operaciones.

Además la transparencia en la información financiera que se emite y la cultura ética de la organización, son dos de las características que hacen que la empresa convenza a los inversionistas, para que depositen su dinero y su confianza en las organizaciones, porque estos dos factores dan una mayor seguridad en cuanto a la forma de operar y la Información Financiera que emite la compañía.

Por último para concluir quiero citar una frase que me mencionó uno de los encuestados, “Ser el 10 en el 2010”, esta frase al principio desconcierta, pero tiene como trasfondo los valores más sólidos que harán que esta compañía sea transparente. Ya que el crear una cultura ética no es un proceso fácil y los resultados obtenidos no se darán de un año a otro, es un camino arduo en donde hay que ser perseverantes.