



Tabla de contenido

Objetivo	3
Introducción	
Ética y principios fundamentales de la gestión efectiva	
Cierre	
Referencias	. 8



Objetivo

Analizar la importancia de los valores éticos de la organización y su relación con la comunicación, a los fines de fortalecer su reputación.



Introducción

Los valores éticos de la organización son el marco de referencia para su actuar como ente social. Su clara definición representa una brújula para que el personal tome decisiones acordes con la identidad y los principios de la empresa.

Hoy en día, estos valores trascienden el ámbito interno de la organización y definen la cara exterior de la empresa en su relación con el entorno, a tal punto que han surgido conceptos como el de responsabilidad social empresarial y el de ciudadanía corporativa.



Ética y principios fundamentales de la gestión efectiva

Los parámetros éticos de una organización deben quedar definidos al declarar los valores como parte de la identidad conceptual de la misma. Entre los valores más comunes que las empresas suelen promover hoy en día se encuentran:

- La transparencia
- La puntualidad
- La calidad
- El trabajo en equipo
- La diversidad y la inclusión
- La justicia
- La adaptabilidad
- La constancia
- El reconocimiento de los méritos personales y de los equipos.

Al igual que los distintos elementos que conforman la identidad conceptual de una organización, tales como la misión y la visión, los valores de una organización no pueden ser un decálogo de buenas intenciones para ponerlas en una lista y pegarla en los ascensores y en las carteleras. Por el contrario, los valores deben ser promovidos y vividos permanentemente por todo el personal y para que ello ocurra la comunicación es fundamental.

Los líderes de la organización deben ser los primeros que deben asumir los valores de la organización como parte de su actuar cotidiano. Si no es así, difícilmente se logrará que el personal pueda asumirlos.

Por otra parte, la formación continua del personal, mediante cursos en línea que les permitan conocer a profundidad los valores, la misión y la visión de la organización, afianzan la aprehensión de la ética, permitiendo que sea vivida grupalmente.

Las tendencias más contemporáneas asumen a las organizaciones como entes poseedores de una "ciudadanía corporativa" y bajo esta visión asumen unos derechos y unos deberes en el entorno social en el que se desenvuelven.



De esta manera, algunos especialistas hablan de la "responsabilidad social empresarial", refiriéndose al compromiso que asumen algunas organizaciones para que su entorno no solo se beneficie de puestos de empleo o productos y servicios, sino de programas de desarrollo educativo, social o ambiental que la empresa promueve en las comunidades en las que se desenvuelve.

Este tipo de iniciativas tienen un impacto directo en la reputación y la imagen de la organización, al mostrarse como un ente que valora la mejora permanente de los espacios en los que hace vida, reconociendo que el desarrollo de dichos espacios redundará en beneficios para la comunidad, pero también de la organización.



Cierre

Los valores de la organización representan un baremo a partir del cual todos sus miembros pueden medir la pertinencia de sus acciones en un marco ético común. De allí la importancia de que estos sean conocidos y practicados por todos sus miembros. Este baremo fungirá como punto de referencia fundamental a la hora de asumir posiciones en los medios digitales frente a situaciones de conflicto, como el ataque de *trolls*, el irrespeto a terceros o cualquier otro tipo de acción negativa.



Referencias

Bibliografía sugerida

Camps-Cervera, V. (2008). ¿Todo vale? Hacia una mirada ética en los medios de comunicación. Revista Científica de Comunicación y Educación Comunicar. Barcelona, España. Recuperado de https://doi.org/10.3916/comunicar

Cortina, A. (2000). Ética mínima (6ta edición). Madrid, España: Editorial Tecnos, S.A.