

Jorge Ivan Morales-Llanes

[DOI 10.35381/cm.v9i1.1113](https://doi.org/10.35381/cm.v9i1.1113)

**Código de ética y cultura de servicio en empresas promotoras de salud
subsidiada en Colombia**

**Code of ethics and culture of service in companies that promote subsidized
health in Colombia**

Jorge Ivan Morales-Llanes
jorgemorales@unicesar.edu.co
Universidad Popular del Cesar, Valledupar, Cesar
Colombia
<https://orcid.org/0000-0002-9517-7225>

Recibido: 15 de enero 2023
Revisado: 20 de febrero 2023
Aprobado: 01 de mayo 2023
Publicado: 15 de mayo 2023

Jorge Ivan Morales-Llanes

RESUMEN

El objetivo general del estudio fue analizar el código de ética como base de la cultura al servicio al cliente en las empresas promotoras de salud subsidiada en Colombia. La investigación fue de tipo descriptivo, con un diseño transversal, no experimental, de campo. Como resultado, se obtuvo que las Empresas Promotoras de Salud Subsidiadas (EPSS), la cultura de servicio no depende del azar. Estas organizaciones deben dar la misma o mayor importancia al logro de altos estándares en la gestión de los valores corporativos, que dan a otros aspectos de sus actividades asistenciales, administrativas y financieras. Como conclusión los funcionarios han de cumplir adecuadamente con los valores corporativos y principios ideológicos que rigen la organización. Esto se operativiza brindando un servicio de alta calidad en relación con las expectativas de los usuarios, esto implica tener un trato correcto y cortés. Sus opiniones personales no deben interferir en sus obligaciones.

Descriptores: Ética; cultura; valores; salud; usuario. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

The general objective of the study was to analyze the code of ethics as the basis of the customer service culture in subsidized health promoting companies in Colombia. The research was descriptive, with a cross-sectional, non-experimental, field design. As a result, it was obtained that the Subsidized Health Promotion Companies (EPSS), the culture of service does not depend on chance. These organizations must give the same or greater importance to the achievement of high standards in the management of corporate values, which they give to other aspects of their assistance, administrative and financial activities. In conclusion, officials must adequately comply with the corporate values and ideological principles that govern the organization. This is operationalized by providing a high quality service in relation to the expectations of the users, this implies having a correct and courteous treatment. Your personal opinions should not interfere with your obligations.

Descriptors: Ethics; culture; values; health; user. (UNESCO thesaurus)

Jorge Ivan Morales-Llanes

INTRODUCCIÓN

La dirección de las instituciones está directamente ligada con el comportamiento de los colaboradores, pues, los trabajadores constituyen el mayor activo de una organización. La gerencia efectiva es la clave para el éxito, la cual depende de la forma como se implementen las políticas para el manejo del talento humano que contribuyan con el logro de los objetivos institucionales; además que propicia una nueva cultura de servicio, se podrán consolidar valores y se generará un buen clima laboral.

Desde esta perspectiva, es necesario mencionar que la ética puede constituir el mayor patrimonio en las personas; siendo a su vez, unpreciado elemento que agrega valor diferenciador de manera individual, sumado a un comportamiento apegado a ello por parte de cada miembro, fortalece y facilita la implementación y desarrollo de cualquier proceso, principalmente, los que están ligados a la conducta humana (Vigo, 2014). De allí, surge la importancia de contar en las empresas con códigos de ética bien sustentados y socializados, cuyo alcance, llegue a todos los niveles empresariales (directivos, profesionales, técnicos y auxiliares) con el fin de potencializar el buen comportamiento. Ahora bien, el código ético en una empresa es un conjunto de lineamientos o principios, en los cuales, se rige para asegurar que sus empleados puedan actuar conforme a los valores previstos en la organización. Por tanto, su establecimiento es un garante directo de honestidad e integridad en actividades diarias, brindando así, una mejor imagen entre empleados y clientes (Licari, 2022).

Conforme a lo expresado anteriormente, el Ministerio de Trabajo Colombiano (2013) establece que el código de ética está basado en valores y principios que sostienen principalmente el compromiso social, relacionando así, el comportamiento externo e interno de todas las personas que pueden hacer vida en un determinado establecimiento. Por ello, el Código de ética se constituye en una norma interna que deben asumir las Empresas Promotoras de Salud Subsidiada (EPSS), como mecanismo de autorregulación del alcance ético, que sirve para orientar las conductas organizacionales

Jorge Ivan Morales-Llanes

frente a la gestión íntegra, eficiente y transparente y la relación con los diferentes actores del sistema.

Por otro lado, es relevante entender que la cultura de servicio comprende un conjunto de creencias o valores que comparten los empleados y colaboradores en una empresa, con el ideal de que estén alineados al propósito, misión y visión de la organización (Tu Salud Guía, 2023). En tal sentido, la cultura de servicio procura la satisfacción de las necesidades del cliente externo e interno, vistas en forma holística en sus esferas (Murillo, 2018).

Ahora bien, según lo expresado anteriormente, un código de ética pasa a ser la base que sostiene la cultura de servicio al cliente en una organización; por tanto, se hace necesario que todas sus áreas estén bien definidas y esclarecidas. Razón por la cual, influyen notablemente en todos los aspectos relacionados con cualquier empresa, que, en el caso específico de las EPSS, pasarían a ser un componente no solo relevante, sino imprescindible.

En tal sentido, se hace necesario indagar si existe coherencia entre el código de ética de la EPSS con la característica del servicio que exhiben y brindan cotidianamente a sus usuarios, y como a través de los valores individuales del talento humano se logra forjar la cultura de servicio deseada. Es por ello, que el presente artículo tiene como objetivo general: Analizar el código de ética como base de la cultura al servicio al cliente en las empresas promotoras de salud subsidiada en Colombia.

Código de Ética en las empresas promotoras de Salud

En primer lugar, es necesario conocer un poco acerca de la ética; autores como Rodríguez y Mesa (2006), refieren que una doctrina ética elabora y verifica afirmaciones o juicios. Esta sentencia ética, juicio moral o declaración normativa es una afirmación que contendrá términos tales como: malo, bueno, correcto, incorrecto, etc. y se refiere a una

Jorge Ivan Morales-Llanes

acción o decisión. Cuando se emplean sentencias éticas se está valorando moralmente a personas, situaciones, cosas o acciones.

De este modo, se están estableciendo juicios morales cuando, por ejemplo, se dice: ese político es corrupto, ese hombre es negligente, su presencia es loable, entre otros. En estas declaraciones aparecen los términos corrupto, negligente y loable que implican valoraciones de tipo moral. La ética estudia la moral y determina qué es lo bueno y, desde este punto de vista, cómo se debe actuar.

Los mismos autores afirman también, que el hombre es constitutivamente un ser social que vive inmerso en la sociedad y recibe de ella un sistema de valoraciones morales -la moral socialmente vigente- que con frecuencia se acepta sin más. El eslabón fundamental en la formación de la ética individual está sustentado en los deberes morales, no debe verse como un elemento singular y aislado, sino que está relacionado con una serie de procesos que conforman las diferentes éticas individuales.

Ahora bien, desde una visión específica un código de ética es un conjunto de normas que ordenan e imprimen sentido a los valores y principios de conducta, que sirven de fundamento a su actuación en todo tipo de actividad y entorno. Es un documento formal donde se contienen los valores básicos y reglas éticas de una profesión, oficio o actividad ejercida individualmente o la misma expresión al interior de una empresa o institución (DIPRES, 2016).

Aunque las organizaciones las componen personas, y el carácter personal de los gerentes tiene importancia decisiva en el perfil ético de las organizaciones, muchas veces, las responsabilidades corporativas no coinciden con las individuales, los métodos de actuación y decisión corporativas o institucionales difieren en ciertos casos de las actitudes personales que exhiben los empleados (Polo et al, 2010).

Basado en los aspectos mencionados, para el investigador, las Empresas Promotoras de Salud Subsidiada deben fortalecer la gestión del código de ética, entendiendo que para que haya verdadera cultura en un grupo determinado de personas, deben compartir

Jorge Ivan Morales-Llanes

creencias y valores, es aquí en donde el tema de cultura de servicio tiene que ver con la ética, pues, para que los colaboradores de una empresa tengan una cultura de servicio al cliente deben compartir valores comunes que vayan en esa dirección.

Desde el punto de vista de Beca (2004), las organizaciones deben acordar sus marcos éticos que deben ir más allá de respetar las normas legales vigentes (ética de mínimos), estableciendo su escala de valores de acuerdo con los fines propios de su actividad y de su misión. Se podría hablar así de una ética de máximos para la organización. Asimismo, para Pérez (2004), la manifestación de la práctica ética en un documento escrito, el código de ética, eleva el estatus de la empresa de cara al exterior, y hace ganar en libertad y autonomía, porque los principios éticos se convierten en pragmáticos y los trabajadores formalizan su preocupación sobre los modos de actuar.

En consonancia con ambos autores citados, el código de ética de las EPSS, debe establecerse como un mecanismo autorregulador de las diversas actividades y relaciones de la entidad con todos los actores involucrados (usuarios, colaboradores, prestadores de servicios de salud, proveedores, entes de vigilancia y control y comunidad en general), y constituirse en un marco ético que oriente las acciones cotidianas y busque alinear las conductas de todos los colaboradores, en aras de hacer visible la gestión por la transparencia y de fortalecer relaciones de confianza con los diferentes grupos de interés. Por lo tanto, en las Empresas Promotoras de Salud Subsidiada, las normas éticas deben estar plasmadas de manera general en los valores organizacionales con sus respectivas normas de comportamiento, a través de las cuales se orienten las creencias, sentimientos, lenguaje y actuaciones de los empleados, frente a las diferentes situaciones que afrontan en su día a día.

Cultura de Servicio en las empresas promotoras de Salud

En toda institución que provea un servicio, se concibe al cliente como la esencia y razón de existencia, así como, el punto de partida para garantizar ser reconocidos y permanecer

Jorge Ivan Morales-Llanes

en el mercado. De manera que, las empresas deben esforzarse por lograr un alto nivel de calidad de los servicios que prestan a sus clientes o usuarios para alcanzar la anhelada fidelización de los usuarios. Para el logro de este objetivo en las EPS, es necesario empezar a crear una nueva cultura de servicio. Uno de los paradigmas que normalmente encontramos cuando hablamos de servicio al cliente se relaciona y está directamente ligado con una concepción reduccionista que consiste en pensar que el éxito de un buen servicio al cliente se circunscribe al prestador del servicio exclusivamente.

La cultura es sin dudas uno de los aspectos que todos los administradores buscan consolidar en sus organizaciones. De hecho, es de las interrogantes más importantes al momento de evaluar el negocio: ¿cómo se logra la consolidación de una cultura de servicio en una empresa?, esto se responde señalando que existen muchos métodos y maneras de lograrla, no obstante, lo mejor es alinearse con el código de ética de la empresa y partir de allí. A su vez Paz Couso (2005), señala que el servicio al cliente no es una decisión optativa, sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y además constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso. Todas las actividades que ligan a una empresa con sus clientes constituyen el servicio al cliente.

Considerando lo expresado por los autores anteriormente descritos, para el investigador el pilar fundamental de una prestación de servicio humanizado, eficiente y con calidad, recae sobre la decisión de construir y socializar continuamente un código de ética que defina los comportamientos esperados por la organización en sus empleados, no solo, de la línea de frente que entra en contacto directo con el usuario, sino con todos los trabajadores, empezando por los gerentes y extendiéndose a todo el personal.

Partiendo de la premisa que una nueva cultura de servicio se genera primero al interior de la institución creando consciencia respecto a lo que puede ofrecerse y obtener a cambio de su buena actitud y conducta hacia los clientes, la consecuente satisfacción y

Jorge Ivan Morales-Llanes

fidelización. Según lo anterior la cultura de servicio humanizado eficiente y con calidad depende, en gran medida, de las actitudes del talento humano con respecto a las exigencias y necesidades de los usuarios o clientes, y estas, a su vez, se nutren con la ética que rige su proceder como persona, por lo tanto, sus motivaciones al respecto deben ser atendidas y satisfechas.

En tal sentido, autores como Ruiz et al (2008) sugieren que, las políticas empresariales enmarcadas en la perspectiva de talento humano, tanto en la gestión del código de ética como en la evaluación de los comportamientos esperados, juegan un papel determinante en el desempeño del trabajador, dado que es indispensable lograr una interacción que implica un conjunto de expectativas conductuales orientadas a la satisfacción de necesidades en la relación laboral, partiendo de la ética individual, considerada un elemento fundamental para forjar la cultura de servicio humanizado, eficiente y con calidad que plantea a las Empresas Promotoras de Salud asumir el reto de cambiar la concepción de servicio enfocado sólo en el comercio de atenciones en salud, sin tomar en cuenta los postulados éticos que esto implica.

En este mismo orden, el fortalecimiento de la cultura de servicio basada en el código de ética en las Entidades Promotoras de Salud Subsidiada en Colombia, debe facilitarse a través del desarrollo de un plan que incluya el diseño y construcción de dicho código de ética con la participación de los trabajadores, una adecuada socialización en todos los niveles de la organización y formación continua del talento humano con el fin que se potencialicen sus habilidades conductuales orientadas a la creación de una nueva cultura de servicio humanizada, eficiente y con calidad cimentada en los valores éticos, el cual, según el Ministerio de Salud (2021) implica al menos los siguientes aspectos:

Jorge Ivan Morales-Llanes

- Diagnosticar las características diferenciales del personal en cuanto a variables laborales, culturales, conductuales, y por supuesto, la evaluación del nivel de formación y exhibición de cada uno.
- Conocer las características del servicio que el personal de las Entidades Promotoras de Salud brinda a sus clientes o usuarios.
- Analizar los resultados obtenidos con la aplicación de instrumentos de evaluación de la formación en valores, socializando su alcance, pero de manera individual.
- Formular o actualizar el código de ética y los comportamientos esperados por los colaboradores, garantizando la participación de los trabajadores en su construcción.
- Desarrollar el programa de educación continua permitiendo que el talento humano participe activamente siendo protagonistas de sus propias realidades actitudinales.
- Promover el trabajo en equipo como herramienta para la consolidación de un buen clima laboral y la adecuada interacción entre áreas de servicio o procesos funcionales, teniendo como base el compartir creencias, valores y actitudes.
- Crear espacios de desarrollo del conocimiento y compartir información, como publicaciones, equipos de estudios, grupos de investigación, para la integración del talento humano en virtud de la preservación de la ética y la cultura de servicio.

La metodología para desarrollar la estrategia de fortalecimiento o potencialización de la cultura de servicio basada en el código de ética, dependerá de las características organizacionales de cada EPSS las necesidades particulares identificadas, considerando niveles de formación, necesidades y expectativas de los trabajadores; constará de las etapas que sean necesarias, las cuales se pueden ejecutar paralelamente para facilitar la integralidad del plan. Implica entrar en contacto directo con el personal de la Institución para que el plan se diseñe con un sentido pragmático, es decir, basado en realidades y sea verdaderamente útil. Por lo tanto, debe incluir actividades de tipo académico y lúdico para propiciar la interiorización de los valores corporativos.

Jorge Ivan Morales-Llanes

Empresas Promotoras de Salud Subsidiada (EPSS) en Colombia

Las Empresas Promotoras de Salud del régimen subsidiado (EPSS) en Colombia, son entidades de derecho privado, sin ánimo de lucro, autorizadas por la superintendencia nacional de salud para administrar recursos del régimen subsidiado en salud cuya línea de negocio es el aseguramiento, pues, en desarrollo de su misión, administran y prestan servicios en el marco de la protección y bienestar, dirigidos a sus clientes que son los afiliados, población pobre y vulnerable asignados por el gobierno nacional en la modalidad de subsidios per cápita (Ministerio de Salud, 2022).

La libertad de los usuarios del Sistema General de Seguridad Social de Salud en Colombia para elegir la EPSS encargada de ofrecer los servicios de salud requeridos, pretende garantizar la eficiencia del sistema y favorecer el acceso a los servicios de salud al incentivar la competencia, toda vez, que el afiliado al tener la posibilidad de trasladarse, las EPSS se ven forzadas a planear sus servicios de salud con base en las necesidades de sus afiliados, garantizando oportunidad y calidad técnica en los servicios, para fidelizar a la población, siendo la cultura de servicio el mejor medio para lograrlo y a su vez, la ética institucional el fundamento de dicha cultura (Ministerio de Salud, 2022).

Con la proyección que las EPSS sean reconocidas por brindar un servicio con calidad, es de vital importancia la implementación de un código de ética que llevado a la práctica en el servicio habitual que prestan a los usuarios, les permita superar el estigma que pesa sobre ellas como antros de corrupción, ineficiencia, ineficacia, con un servicio de difícil acceso, con falta de oportunidad y deshumanizado (Ministerio de Salud, 2021).

En consecuencia, el código de ética debe constituirse en una norma interna que las Empresas Promotoras de Salud, deben asumir como herramienta de control del alcance ético que sirva para orientar las conductas organizacionales frente a la gestión íntegra, eficiente y transparente en las relaciones con los diferentes actores del sistema de salud en Colombia.

Jorge Ivan Morales-Llanes

METODOS

La investigación está basada en el tipo descriptivo, con un diseño transversal, no experimental, de campo. Para Tamayo y Tamayo (2003), este tipo de investigación tiene como objetivo la descripción de los hechos, dicho de otra forma, el registro, análisis e interpretación de la naturaleza, la composición de los procesos o fenómenos. Igualmente, para Hernández, Fernández y Baptista (2014) el diseño no experimental se basa en evidenciar algún fenómeno y como este se desarrolla en su contexto natural, donde posteriormente, será analizado.

Por otra parte, Arias (2012), menciona que, en las investigaciones de campo, la información se obtiene directamente de la población, es decir, el autor obtiene los datos del sitio, sin interactuar ni intervenir con las variables. También, Hernández, Fernández y Baptista (2014) aseveraron que en el diseño transversal los datos se recolectan una sola vez, en un solo momento, ya que, el objetivo es describir la variable y analizar su posible incidencia e interacción en un periodo de tiempo dado. En cuanto a la población, la investigación contó con ciento sesenta y seis (166) participantes pertenecientes a tres Empresas Promotoras de Salud Subsidiadas, ubicadas en Colombia.

RESULTADOS

Continuando con el análisis de la información, a continuación, se muestran los resultados obtenidos del proceso de recolección:

Jorge Ivan Morales-Llanes

Tabla 1.

Código de ética como pilar fundamental en la cultura de servicio en las EPSS en Colombia.

Indicador	Código de Ética			Cultura de Servicio			EPSS en Colombia		
Ítem	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9
\bar{X}	2,85	3,25	3,60	4,05	3,80	4,20	3,25	3,60	3,75
S	1,06	1,08	1,41	0,98	1,27	0,99	1,06	0,91	1,27
Cierre Indicador	$\bar{X} = 3,23$ S = 1,18			$\bar{X} = 4,02$ S = 1,08			$\bar{X} = 3,53$ S = 1,08		

Fuente: Encuesta Aplicada.

A continuación, se presentan los resultados expresados en la tabla 1, comenzando con el indicador Código de ética, que obtuvo un promedio de 3,23, lo que quiere decir que, algunas veces las acciones de los trabajadores están completamente alineadas al código de ética de la empresa. Resultados que concuerdan con lo expresado por Polo et al (2010) al mencionar que a las organizaciones las componen personas, y el carácter personal de los gerentes tiene importancia decisiva en el perfil ético de las organizaciones, algunas veces, las responsabilidades corporativas no coinciden con las individuales, los métodos de actuación y decisión corporativas o institucionales difieren en ciertos casos de las actitudes personales que exhiben los empleados.

Seguidamente, en el indicador Cultura de servicio se encontró una media de 4,02 lo que significa que los trabajadores casi siempre brindan una cultura de servicio alineada al código de ética de la institución y que responda a las necesidades y a la satisfacción del cliente; situación que en gran medida puede coincidir con lo mencionado por Paz Couso (2005), quien señala que el servicio al cliente no es una decisión optativa, sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y además constituye el centro

Jorge Ivan Morales-Llanes

de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso. Todas las actividades que ligan a una empresa con sus clientes constituyen el servicio al cliente.

Por último, se presenta el indicador EPSS en Colombia, el cual, alcanzó un promedio de 3,53 es decir, los trabajadores de las EPSS conocen sus lineamientos, pero tienden a aplicarlos algunas veces. Esto difiere en parte de lo expresado por el Ministerio de Salud (2021) cuando acotó que con la proyección que las EPSS sean reconocidas por brindar un servicio con calidad, es de vital importancia la implementación de un código de ética que llevado a la práctica en el servicio habitual que prestan a los usuarios, les permita superar el estigma que pesa sobre ellas como entes de corrupción, ineficiencia, ineficacia, con un servicio de difícil acceso, con falta de oportunidad y deshumanizado.

Ahora bien, es importante mencionar que verdaderamente la cultura de servicio fundamentada en la ética surge del deseo y la convicción de ayudar a las personas a la solución de sus problemas o la satisfacción de sus necesidades. En el caso de una Empresa Promotora de Salud, se plantea como una oportunidad de asumir con mayor protagonismo la responsabilidad social. Para ello, el buen comportamiento y la motivación de los colaboradores constituyen un aspecto relevante y determinante para la construcción de una verdadera cultura de servicio hacia los usuarios, lo cual es más factible si se gestiona y preservan la práctica de los valores corporativos.

Finalmente, determinar si se cuenta con una cultura de servicios cimentada en el código de ética empresarial, sólo se define en el momento en que los resultados esperados sean tangibles, más allá que los conozca la empresa y los colaboradores, inmersos en documentos o informes repetitivos, lo realmente importante es que los perciba el usuario en el servicio, que sienta que el trato es digno, cálido, humanizado, confiable, oportuno, confidencial y eficaz, que tenga la sensación de ser atendidos por personal calificado, competente, honesto, respetuoso, tolerante, cortés e interesado en atender las inquietudes y solucionarlas con prontitud y solvencia asumiéndolas como propias, es lo que se puede definir en el contexto de los servicios de salud como actuar ético.

Jorge Ivan Morales-Llanes

CONCLUSIONES

Con base en los resultados anteriores y en la teoría consultada, se derivaron las siguientes conclusiones: en las Empresas Promotoras de Salud Subsidiadas (EPSS), la cultura de servicio no depende del azar. Estas organizaciones deben dar la misma o mayor importancia al logro de altos estándares en la gestión de los valores corporativos, que dan a otros aspectos de sus actividades asistenciales, administrativas y financieras. Esto exige adoptar dicha gestión de manera estructurada para garantizar que el código de ética sea el pilar de la cultura de servicio, para que ésta no sea efímera ni responda a requerimientos de la moda o exigencias normativas, sino que esté enquistada en el razonamiento de los colaboradores que constituyen el capital más importante de la organización.

Sí se logran sus expectativas intrínsecas relacionadas con la ética y la moral, el talento humano permanece satisfecho, agradecido con la institución, con sentido de pertenencia, empoderado y motivado, mejorando su desempeño, se forja un bienestar duradero y se genera una cultura de servicio ética, humanizada, eficiente y con calidad que permite la fidelización de los clientes en las Empresas Promotoras de Salud y por ende rentabilidad económica y social.

En el código de ética de las EPSS deben compendiarse: Los compromisos que todas las personas que las conforman asumen para gestionar la ética en el día a día y que involucran patrones de comportamiento a través de los cuales se garantiza la alineación con los valores corporativos y en general con el modelo cultural definido y las políticas establecidas a nivel organizacional respecto a la gestión integra, eficiente y transparente en su labor gerencial, que a manera de disposiciones voluntarias de autorregulación, son promulgadas ante los diversos actores del sistema de salud, con el fin de generar confianza en los clientes externos como internos. También hace explícita la forma de relacionarse con los diferentes grupos de interés.

Jorge Ivan Morales-Llanes

Los funcionarios de las EPSS han de cumplir adecuadamente con los valores corporativos y principios ideológicos que rigen la organización. Esto se operativiza brindando un servicio de alta calidad en relación con las expectativas de los usuarios, esto implica tener un trato correcto y cortés. Sus opiniones personales no deben interferir en sus obligaciones y no antepondrán sus intereses personales a los de los usuarios. Es un deber y obligación honrar la institución y mantener un comportamiento ético constante. Las relaciones con los demás trabajadores han de ser basadas en el respeto y ayuda mutua dentro y fuera de la empresa.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A la población objeto de estudio, que fue los participantes pertenecientes a tres Empresas Promotoras de Salud Subsidiadas, ubicadas en Colombia.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación introducción a la metodología científica. [The Research Project introduction to scientific methodology]. (6ª ed.). Caracas: Episteme, C.A.
- Beca, J. (2004). La ética en las instituciones de salud. [Ethics in health institutions]. <https://n9.cl/6gf0m>
- Beca, J. (2004). La ética en las instituciones de salud. [Ethics in health institutions]. <https://n9.cl/6gf0m>
- DIPRES. (2016). Código de ética: dirección de presupuestos. [Code of ethics: budget management]. <https://n9.cl/si6bq>

Jorge Ivan Morales-Llanes

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. [Investigation methodology]. (6ª ed.). México: Mc Graw Hill.
- Licari, S. (2022). Qué es el código de ética de una empresa, como crearlo y ejemplo. [What is the code of ethics of a company, how to create it and example]. *Hubspot*. <https://n9.cl/2xq3s7>
- Ministerio de Salud. (2021). Plan de la Cultura de la Seguridad Social en Colombia. [Social Security Culture Plan in Colombia]. <https://n9.cl/wbzeto>
- Paz Couso, R. (2005). Servicio al cliente la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente. [Customer service communication and quality of service in customer service]. *Ideaspropias Editorial S.* <https://n9.cl/c9x6h>
- Pérez, M. (2004) La enseñanza de la ética y deontología de la información en los estudios universitarios de biblioteconomía y documentación. [The teaching of information ethics and deontology in university library and documentation studies]. Universidad de Extremadura. *Revista Bid.* <https://bid.ub.edu/13pulid2.htm>
- Polo, S., Bárcenas, R., Legorreta, L., Ruiz, M., Parra, M., Saavedra, M., entre otros. (2010). Importancia de los valores para el ejercicio ético de la profesión. [Importance of values for the ethical exercise of the profession]. Pachuca: Universidad Autónoma del estado de México.
- Rodríguez, Y. y Mesa, M. (2006). La ética del profesional de la información ante la nueva sociedad del conocimiento. [The ethics of the information professional in the new knowledge society]. *ACIMED* , 14 (1) <https://n9.cl/7n328>
- Ruiz, J., Silva, N. y Vanga, M. (2008). Ética empresarial y el desempeño laboral en Organizaciones de Alta Tecnología (OAT). [Business ethics and work performance in High Technology Organizations (OAT)]. *Revista venezolana de Gerencia*, 13(43). <https://n9.cl/4n9ju>
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). El proceso de la investigación científica. [The process of scientific investigation]. (4ª ed.). Editorial Noriega. México.
- Tu salud guía. (2023). Importancia de la cultura del servicio. [Importance of service culture]. <https://n9.cl/ybasq>

Jorge Ivan Morales-Llanes

Vigo, R. (2014). Ética profesional: especificidad, importancia y actualidad. [Professional ethics: specificity, importance and topicality]. *Prudentia Luris*, 78, 131-146.
<https://n9.cl/5q9v6>

©2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).