

EFICIENCIA Y COMPETITIVIDAD MEDIANTE EL COMPROMISO ÉTICO CORPORATIVO

EFFICIENCY AND COMPETITIVENESS THROUGH CORPORATE ETHICAL COMMITMENT

María Caridad Ramírez Marrero

cmariarm17@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2609-3001>

Economista. Magíster en Investigación Educativa. Universidad Rómulo Gallego, San Juan de los Morros, Guárico, Venezuela



RECIBIDO	[26/08/2021]
ACEPTADO	[19/09/2021]
PUBLICADO	[30/10/2021]

Pág. 46-50

RESUMEN

Tanto la ética corporativa como las relaciones laborales en cualquier organización son factores determinantes para el progreso interno y externo de todos los grupos de interés, así como la productividad de la organización y la consiguiente rentabilidad y eficacia. No obstante, la ética corporativa es un área importante en las prácticas empresariales, puesto que los altos estándares de esta pueden contribuir a la rentabilidad, al reducir el costo de las transacciones comerciales, creando una base de confianza con los interesados, contribuyendo a un entorno interno del trabajo en equipo exitoso y el mantenimiento del capital social que es parte de la imagen de mercado de una organización. Por ello, es necesario implementar el compromiso ético corporativo como eje fundamental para incrementar los niveles de eficiencia, lealtad, competitividad y calidad. Por ello, es necesario establecer estructuras, procesos y medidas de rendimiento éticos en las organizaciones, no obstante, se denota que estos marcos éticos en el ámbito de la gestión de la cadena organizativa siguen siendo de carácter general, en los que no se ofrecen detalles específicos sobre cómo gestionar, supervisar y evaluar las cuestiones éticas corporativas. Por consiguiente, el presente estudio busca analizar cómo, a través del compromiso ético corporativo, se incrementan los niveles de eficiencia y competitividad en la organización.

Palabras clave

Ética,
Competitividad,
Corporación,
Negocios, Relaciones
Comerciales.

ABSTRACT

Both corporate ethics and labor relations in any organization are determining factors for the internal and external progress of all stakeholders, as well as the organization's productivity and consequent profitability and efficiency. However, corporate ethics is an important area in business practices, since high standards of corporate ethics can contribute to profitability by reducing the cost of business transactions, creating a basis of trust with stakeholders, contributing to a successful internal teamwork environment and maintaining the social capital that is part of an organization's market image. Therefore, it is necessary to implement corporate ethical commitment as a fundamental axis to increase the levels of efficiency, loyalty, competitiveness and quality. Therefore, it is necessary to establish ethical structures, processes and performance measures in organizations, however, it is denoted that these ethical frameworks in the field of organizational chain management are still of a general nature, where specific details on how to manage, monitor and evaluate corporate ethical issues are not provided. Therefore, the present study seeks to analyze how, through corporate ethical commitment, the levels of efficiency and competitiveness in the organization are increased.

Keywords

Ethics,
Competitiveness,
Corporation,
Business, Business
Relationships.

INTRODUCCIÓN

La ética es una rama de la filosofía que se ocupa del carácter y la conducta humana. Se trata de una disciplina que trata de lo bueno y lo malo, aunado al deber moral y la obligación. La ética es la encarnación de los valores morales, que describe lo que está bien y lo que está mal en el comportamiento humano, pero también lo que debería ser. Por lo tanto, la ética se refiere al buen carácter y la moralidad, a aceptar en general el carácter y el comportamiento humano considerado deseable por la sociedad contemporánea. En este sentido amplio, la ética en los negocios es simplemente la aplicación de normas de conducta cotidianas a los negocios.

En una sociedad en constante cambio, en la que las necesidades del individuo son cada vez más diversas y los productos y servicios pueden ser sustituidos en cualquier momento, el principal interés del empresario es obtener beneficios y asegurar la sostenibilidad a lo largo del tiempo. Las acciones del gerente y la forma en que él dirige la organización, pueden marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso en los negocios.

Para Dabor *et al.* (2015), la ética empresarial o, más bien, la ética corporativa, es un tipo de ética aplicada o profesional que considera los principios éticos y los retos morales o éticos que surgen en un entorno empresarial. Los autores añaden que es aplicable a todas las áreas de la conducta empresarial y es relevante para la conducta de los individuos y de las organizaciones enteras. De otro lado, Musa (2008) argumentó que el término *ética empresarial* es el comportamiento que las empresas deben seguir en el desarrollo de sus operaciones cotidianas, dentro del entorno en el que operan y probablemente a veces fuera de la comunidad.

Se debe notar, que la gestión ética de las empresas puede crear una imagen positiva entre clientes potenciales, por tanto, las empresas pueden identificar prácticas de gestión ética internamente y promover el desarrollo de sus compañías con base en estas gestiones prácticas. Adicionalmente, para mejorar la competitividad tanto en el ámbito interno como externo de la corporación, la gestión ética debe convertirse en una tarea central y en el valor de máxima prioridad de la cultura organizacional corporativa.

Se debe mencionar, que la competitividad de las empresas es el objetivo clave de la nueva práctica empresarial, en un entorno cambiante influenciado por los avances tecnológicos y el proceso de unificación del mercado global. En este sentido, la adaptación a los cambios del mercado exigirá a las empresas la coordinación de sus estrategias comerciales, pero también la preparación de recursos estratégicos con miras a su exitosa realización.

Ciertamente, se pueden generar más ingresos a través de una gestión corporativa ética en términos de aspectos como la satisfacción y el desempeño del cliente, y la gestión ética es innegablemente crucial para la estrategia de crecimiento y supervivencia a largo plazo de una empresa. Tradicionalmente, muchos autores han considerado la productividad como un buen indicador de la competitividad a nivel de empresa (Porter y Kramer, 2006). Cabe señalar, que la competitividad se puede describir en términos de cuatro factores como son la capacidad de innovar, las relaciones internas y externas clave, la reputación y los activos estratégicos (Kay, 1993).

En este contexto, se puede decir que la ética empresarial se convierte en un gran poder en la competencia global, como demostraron Tuulik y Alas (2005) en su investigación. Asimismo, de acuerdo con Carroll (1999), la ética en el mundo empresarial está demandando mucha percepción y observación, ya que muchas organizaciones empresariales están haciendo todo lo posible por aumentar, no solo la productividad, sino también el rendimiento, los beneficios y las operaciones en todo el mundo. Por lo tanto, la ética empresarial debe formar parte de modelos estratégicos generales y de todo tipo de estrategias. Sin embargo, no es fácil elaborar una estrategia competitiva ética para la organización. Se deben tener en cuenta todo tipo de recursos, incluidos los psicológicos. Aunque se han realizado muchas investigaciones y publicado muchos libros y artículos, los problemas de la ética empresarial no se descubren en su totalidad. No existe una definición única de ética empresarial, así como un rango único de elementos individuales y, en particular, hay pocos intentos por construir un modelo de ética empresarial y su influencia en la competitividad de una empresa.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio está basado en una investigación documental, cuyas conclusiones son el producto de un análisis interpretativo profundo, que permitirá generar el debate académico y la discusión. El método de investigación documental se utiliza para investigar y categorizar fuentes físicas, normalmente documentos escritos, ya sean de dominio privado o público. Este método de investigación es tan bueno e, incluso, más rentable que las encuestas sociales, la entrevista en profundidad o la observación participante. La investigación documental ha sido un elemento básico de la investigación social desde sus inicios. Cabe destacar, que se empleó el análisis de textos fundados en la ética y la competitividad, realizando un análisis del impacto de los distintos elementos de la ética empresarial en los principales índices de competitividad.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La importancia de la ética empresarial para una organización se ha debatido desde distintos puntos de vista. Algunos directivos consideran que los programas de ética

en sus organizaciones son actividades muy costosas que solo tienen una recompensa social. Sin embargo, los ejemplos de la comunidad empresarial sugieren que las empresas consideradas como éticas disfrutaban de varias ventajas competitivas. Estas ventajas incluyen mayores niveles de eficiencia en las operaciones, mayores niveles de compromiso y lealtad de los empleados, mayores niveles de calidad percibida de los productos, y mejores resultados financieros (Ferrell, 2004).

Se pudo revelar, que es común que la rentabilidad de las empresas puede disminuir cuando se encuentran con situaciones en las que se descubre información sobre un comportamiento no ético, lo que conduce a la pérdida de confianza por parte de los inversores, lo que podría complicar en recuperar la confianza del público, de los inversores y de los accionistas. Por ello, la ética es un componente fundamental para incrementar la competitividad tanto a corto como a largo plazo, de modo que cuando la gestión fomenta la ética empresarial y los ejecutivos de la empresa predicaban con el ejemplo, la capacidad de los empleados de centrarse en el trabajo aumenta exponencialmente y tiene implicaciones en la reputación y posicionamiento.

Es por ello, que los gerentes deben saber conducir el esfuerzo humano para que realicen sus tareas, en términos de eficiencia y calidad, pero que cada uno de los empleados también debe llevar consigo un sentimiento noble y una predisposición hacia el servicio, no solo a nivel del cliente, sino que deben ofrecer apoyo a sus compañeros en el marco de las funciones que cada uno ejerce. Cabe destacar, que las empresas eficientes resuelven de manera rápida los posibles problemas que se suscitan en el interior de la institución. De Cenzo y Robbins (2006) consideran la eficiencia como una acción correcta basada en la consecución de metas con racionalización de los recursos para disminuir costos. En consecuencia, se puede desarrollar una gestión eficiente y competitiva, internalizando una serie de factores en los trabajadores que los hagan sentir importantes, alegres, seguros de sí mismos y adaptables a cualquier cambio paradigmático que sirva para el mejoramiento de la empresa.

CONCLUSIONES

Mediante el estudio se pudo comprobar que la ética corporativa es un factor importante para fortalecer la competitividad de las empresas. La mayor influencia en la competitividad de las empresas la tienen factores como el compromiso, ya que proporciona una visión clara de sus valores y creencias, evitando la incertidumbre del rendimiento futuro y los riesgos a largo plazo. Además, es importante la confianza en las organizaciones, la comunicación efectiva entre directivos y empleados, y la toma de decisiones éticas. Esto indica que un fuerte compromiso con la ética empresarial crea una cultura organizativa positiva y más saludable. En resumidas cuentas, la ética es clave para la empresa y su funcionamiento de calidad, ya que es considerado el primer factor de competitividad, por ende, todos sus miembros están comprometidos a fomentar la ética empresarial.

REFERENCIAS

- Carroll, C., Rhee, C. & Rhee, B. (1999). Does cultural origin affect saving behavior? Evidence from immigrants. *Economic Development and Cultural Change*, 48(1), 33-50. <https://econpapers.repec.org/RePEc:ucp:ecdecc:v:48:y:1999:i:1:p:33-50>
- Dabor, A., Isiavwe, D., Ajagbe, M. & Oke, O. (2015), Impact of corporate governance on firm performance in Nigeria. *International Journal of Economics, Commerce and Management*. United Kingdom, 3(6), 634-653. <http://www.sciepub.com/reference/307832>
- De Cenzo, D. & Robbins, S. (2006). *Fundamental of Human Resource Management*. Essential Conceptos y Aplicaciones.
- Ferrell, O. (2004), Business Ethics and Customer stakeholders. *Academy of Management Executive*, 18(2), 126-129. <https://danielsethics.mgt.unm.edu>
- Kay, J. (1993) *Foundations of Corporate Success*. Oxford University Press).
- Musa, A. (2008). Perceived role of ethics and social responsibility in the insurance industry: Views from developing country. *Journal of Knowledge Globalization*, 1(2), 41-59. <https://www.researchgate.net/publication>
- Porter, M. & Kramer, R. (2006), The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=23102>
- Tuulik, K. & Alas, R. (2005). The Impact of Values and Management Style upon Subordinate Commitment, Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai. *Management of Organizations: Systematic Research*, 36, 177-191. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/16111699.2003.9636045>