

PROPUESTA DE UN MODELO DE IDENTIDAD Y ÉTICA DIRIGIDO AL ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, PARA EL MEJORAMIENTO CONTÍNUO DE LA CALIDAD TOTAL Y LA PRODUCTIVIDAD

PROPOSAL OF A MODEL OF IDENTITY AND ETHICS ADDRESSED TO THE BUSINESS ADMINISTRATOR, FOR THE CONTINUOUS IMPROVEMENT OF THE TOTAL QUALITY AND PRODUCTIVITY

Guadalupe Martínez de Berrío

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de Colón, Facultad de Administración de Empresa y Contabilidad. Panamá. guadalupe.mdeberrio@upac.pa
<https://orcid.org/0000-0002-6279-2862>

Rafael Berrío Cantillo

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de Colón, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas. Panamá. rafael.berrio@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0001-6147-2667>

RESUMEN

La profesión de Administración de Empresas, es considerada y equivalente a cualquier otra de las que son reconocidas en la sociedad, como importante por su responsabilidad de planificar, organizar, dirigir, integrar, ejecutar y controlar. Sin embargo, la sociedad empresarial en algunas empresas, no ha logrado la uniformidad, el equilibrio y el nivel de la profesión, entre otros motivos, por la inexistencia de límites éticos claros que darían fundamento a la práctica. Por lo que se propone un modelo de identidad y ética dirigido al administrador de empresas, para el mejoramiento continuo de la calidad total y productividad.

PALABRAS CLAVE ética administrativa, efectividad, calidad total

ABSTRACT

The profession of Business Administration is considered and equivalent to any other of those that are recognized in society as important due to its responsibility to plan, organize, direct, integrate, execute and control. However, the business society in some companies has not reached the level of the profession, among other reasons due to the lack of clear ethical limits that would give foundation to the practice. For the above reasons, the research includes the proposal of a model of identity and ethics aimed at the business administrator, for the continuous improvement of total quality and productivity.

KEYWORD administrative ethics, effectiveness, total quality

INTRODUCCIÓN

A partir de la década de los sesenta, los administradores, aun manteniendo la misma posición en la estructura organizativa, ya no son simples asesores de línea, sino que pasan a serlo también de la dirección general de la empresa.

La crisis actual de valores, constituye el centro de una búsqueda de identidad y es foco de preocupación para los profesionales de la administración, que están enfocados en que el entorno empresarial de identidad y ética debe cambiar de manera significativa, debido a que los individuos, grupos, organizaciones, sociedades, industrias, corporaciones, entre otras, aspiran a revisar las actuaciones de sus administradores y el encuentro con su propio ser, con el fin de describir los diferentes comportamientos y sus motivaciones, para que su misión y visión, estén acordes con dichos comportamientos y los resultados esperados.

El tema de la identidad y ética afecta a todas las sociedades y a casi todas las disciplinas; las exigencias actuales son globales y no excluyen a ninguna empresa, no importa cuál sea su tamaño. La misión o visión de las empresas, deben de estar enfocadas en sus valores éticos en los que se sustenta la organización, con un compromiso de principios básicos. Es decir, ética y profesión son términos complementarios que otorgan identidad, y algunos profesionales que la ejercen, podrían continuar el ejercicio de la profesión y su mejoramiento continuo, basados en calidad total y productividad, con una guía que les permita revisar sus actuaciones, sobre algunas bases que en ocasiones puedan o suelen ser tan difusas.

Se plantea este tema por la responsabilidad que tiene cada profesional del área de gestión empresarial, en la orientación del individuo, para que en el desempeño de la organización a la que pertenece se tenga éxito, precisamente a través del aprovechamiento del recurso humano que le sirve a la empresa.

La investigación la sustenta la importancia de que, en el lenguaje ético, la dificultad para saber cuándo una acción humana es buena o mala, es similar a la de preguntarse si un negocio será bueno o malo, no existe seguridad, pero sí una idea suficiente, para saber si una decisión es razonable, en estos casos la experiencia como referencia juega un papel determinante. Toda decisión conlleva implícito un riesgo, que no se sabe con certeza hasta ejecutar la acción e intentarlo.

No basta con asegurarse de las mejores herramientas, para pasar del análisis a la ejecución hay que estar convencidos, hay que prever las consecuencias y responsabilidades; hay que asumir el riesgo. El paso del ser al deber ser conlleva riesgos. Esto es lo que básicamente contiene en común la ética y los negocios.

En la actualidad existen empresas que no cuentan con un manual, guía o modelo de identidad y ética, que pueda servirle al administrador de empresas de guía, en la revisión de su comportamiento, actuaciones y responsabilidades, que permita un mejoramiento continuo de la calidad total y la productividad, que es lo que busca toda organización.

El desenvolvimiento del Administrador de toda empresa u organización, es de vital importancia en el proceso de diferenciar a una empresa de otra. Los directores de corporaciones esperan que sus departamentos administrativos, contribuyan a mejorar aspectos como la calidad total, la productividad, la planeación de la sucesión y el cambio en la cultura corporativa. Además de contribuir al objetivo de incrementar la ventaja competitiva, dicho departamento, también debe cubrir objetivos de carácter social, funcional y personal. Los objetivos sociales asumen en parte la forma de determinadas normativas legales. Los objetivos funcionales añaden una dimensión profesional y ética a los desafíos que enfrenta el administrador y los objetivos de carácter personal de cada integrante de la organización se hacen más importantes y complejos, a medida que disminuye la velocidad en el crecimiento demográfico de la fuerza laboral, a la vez que se incrementa su diversidad.

El logro de los objetivos de la organización depende también de poder servir a sus integrantes mediante una filosofía proactiva. Hernán Cuevas, en su libro *Cultura e Identidad en América Latina*, aprobado por el Instituto Chileno de Estudios Humanísticos, en Santiago, Chile, señala lo siguiente:

La búsqueda de identidad, su crisis y su pérdida constituyen un centro de preocupación e investigación actual. El individuo, el grupo, las sociedades tradicionales o industriales aspiran a coincidir nuevamente con su propio ser. El tema de la identidad afecta a todas las sociedades y casi a todas las disciplinas (Cuevas, 2018)

Erich Fromm, en su libro *¿Tener o ser?*, publicado por el Editorial Fondo de Cultura Económica de España, plantea que: "esta necesidad de un sentimiento de identidad es tan vital e imperativa, que el hombre no podría estar sano si no encontrara algún modo de satisfacerla". Según lo que él expone, la identidad es una necesidad afectiva "sentimiento", cognitiva "conciencia de sí mismo y del vecino como personas diferentes" y activa el ser humano tiene que "tomar decisiones" haciendo uso de su libertad y voluntad" (Erich, 2016).

La Ética también es una ciencia normativa, ya que estudia lo que es normal, pero no lo normal de hecho, que es lo que suele suceder, sino lo normal de derecho, o sea lo que debería suceder; por lo tanto, la Ética es una ciencia que estudia lo normal de derecho. Entonces se puede afirmar que se está actuando de un modo ético, cuando en esta conducta, lo normal de hecho coincide con lo normal de derecho.

Ludwing Huber, en su libro *Consumo, Cultural e Identidad en el Mundo Globalizado*, sostiene que: "La Ética como toda ciencia posee un método por medio del cual se tenga un conocimiento profundo de la conducta humana. Es necesario que existan matrices de valoración moral, para así poder catalogar con más detalle el acto estudiado"(Ludwig, 2014).

La ética tiene por categoría las actuaciones encaminadas al bien y al mal. Hace una invitación a la reflexión, sobre todo en la parte que ayuda a la realización auténtica del ser humano y rechaza rotundamente lo que impide esa realización.

A través de esta investigación, se detectan y confirman problemas, para contribuir a minimizar los serios obstáculos del comportamiento ético y la identidad del administrador. Una evaluación de las prácticas del pasado y las políticas actuales, revelan enfoques que

ya no corresponden a la realidad y que necesitan mejorarse para ayudar al administrador a cumplir mejor su tarea de enfrentar desafíos presentes y futuros.

¿Por qué es importante trabajar en un modelo de identidad y ética del administrador, como líder de una fuerza laboral, como propuesta para que sea utilizado por las empresas, que no cuentan con uno?

¿Qué beneficios podrán obtener las empresas con el uso del mismo?

En los supuestos generales de la investigación se plantea que el administrador tiene como función fundamental, el mejoramiento del desempeño y de las aportaciones del personal a la organización, en el marco de una actividad ética y socialmente responsable.

El modelo propondrá elevar la excelencia, el prestigio, su identidad y ética, la calidad total y una efectiva productividad del desempeño del administrador de empresas.

El marco jurídico se apoya en todos aquellos aspectos que refuerzan la actividad laboral y las relaciones entre trabajador y empleador, existentes en los Convenios Internacionales que ha realizado nuestro país, con la Organización Internacional del Trabajo y otras organizaciones, en conjunto con las normas que rigen el Código de Trabajo y el Código Administrativo panameño, amparado en los Códigos Civil, Laboral y Penal, entre otras normativas de la República de Panamá, que rigen la materia objeto de estudio.

La propuesta, tiene las siguientes características:

Específica: Es el primer paso para llevar adelante la propuesta con éxito. Para objetivos específicos encontraremos también soluciones específicas.

Detallada: No por hacer la propuesta específica se debe perder de vista todos los datos y referencias necesarias para completar la propuesta. La misma debe mencionar minuciosamente todo lo que se relacione con su implementación.

Medible: Es decir, sus avances y resultados deben ser comprobables.

Factible: En términos técnicos y políticos. No es conveniente formular grandes proyectos de incidencia sabiendo que hay dificultades para su implementación. El menor detalle que aparezca dudoso o poco claro es una señal de alerta para reevaluar la propuesta.

Entendible: Ser capaces de formular la propuesta y sus objetivos en términos que cualquiera pueda comprender.

Motivadora: Se sugiere que la propuesta tenga que ver directamente con los intereses o ámbitos que las motiven en particular.

Posible: Debe ser logable a corto o mediano plazo. No es conveniente plantearse un proyecto considerando tiempos largos para su implementación.

Pública: Una propuesta de esta naturaleza, necesariamente se relaciona con la vida en la organización y en la sociedad. Por eso es muy importante que en su formulación se identifique claramente cuál es el problema que está afectando a la organización, qué se busca solucionar y por qué es importante que se haga.

Los documentos formales de ética empresarial indagan sobre cómo expresar los valores asumidos por la empresa, dar a conocer a cada uno cuál es la conducta deseada y promover la excelencia humana de la empresa. En la práctica, se percibe un impacto sensible de los manuales de procedimiento y operativos, como medios para reforzar las normas comunes de ética empresarial y construir la identidad corporativa.

MATERIALES Y MÉTODOS

Población y Muestra

La población que se utilizó en la investigación está conformada por administradores de empresas, de multinacionales, corporaciones y empresas ubicadas en la Zona Libre de Colón, los cuales tienen años de experiencia y responsabilidades en el área, representando el universo en la investigación, 150 profesionales.

La muestra se escogió del procedimiento probabilístico y estratificado. El tamaño de la muestra a utilizar es de 50 administradores, que representan un tercio de la población, los cuales fueron extraídos del muestreo aleatorio o al azar, con el apoyo de profesionales administradores, que a su vez intervinieron como medio de difusión para la aplicación de encuestas.

Las entrevistas se les realizaron a 5 profesionales expertos y conocedores sobre identidad y ética, aplicadas a la calidad y la productividad, con el interés de conocer sus opiniones con relación al tema de la investigación.

Visitas de Campo y Técnicas de Observación

Se hicieron visitas de campo a las empresas establecidas en la Zona Libre de Colón, donde laboran los administradores, que han contribuido con la investigación y se utilizó la técnica de observación, donde se pudo corroborar en sitio, la actuación de los mismos, en sus diferentes áreas de responsabilidad y funciones laborales.

Diseño del estudio

Esta investigación es de tipo exploratoria, descriptiva, transversal, además en la selección de la población y la muestra a estudiar se plantea en la investigación variables e indicadores y se describen los instrumentos a utilizar para la recolección de datos y análisis de los mismos.

Como lo menciona Roberto Sampieri en su libro Metodología de la Investigación, “La investigación descriptiva es una investigación inicial y preparatoria que se realiza para recoger datos y precisar la naturaleza; y sirve para describir diversas pautas de comportamientos sociales de una comunidad tales como: origen, opiniones, políticas y preferencias. Se refiere a la etapa preparatoria del trabajo científico que permite ordenar el resultado de las observaciones de las conductas, las características, los factores, los procedimientos y otras variables de fenómenos y hechos”. (Sampieri, 1998).

La investigación cuantitativa, generaliza y presupone, para alcanzar mayor validez en los resultados, el conocimiento cualitativo y teórico, permite comparar consideraciones y respuestas dentro de la investigación.

El cualitativo y el cuantitativo, en el primero se entiende que la cantidad es parte de la cualidad, además de darse mayor atención a lo profundo de los resultados y no de su generalización; mientras que, en el enfoque cuantitativo, lo importante es la generalización o universalización de los resultados de la investigación (Hurtado I, 2015).

Con relación a la ética profesional hay muchas concepciones y consideraciones y en esta etapa se menciona que ética profesional, “Es el estudio de los valores inherente al ejercicio de una profesión y que emanan de las relaciones que se establecen entre el profesionista y la sociedad” (Scarenco, 2019).

Cuando se define valores, es una jerarquía de normas, conductas y actitudes, que avalan a la vez que sostienen unos intereses profesionales, humanos, culturales y éticos, que utilizan capacidades y desarrollan sentimientos que se imponen desde una cultura, con una moral determinada y hacen referencia a esa misma cultura.

El desarrollo de la identidad personal, partiendo de la auto valoración, les permitirá respetar la diversidad política, étnica, cultural, religiosa, social, y otras, y contribuirá a la transformación de esta sociedad, en otra más justa e igualitaria, basada en el respeto a los derechos humanos (Romero,2018).

RESULTADOS

Con relación a la encuesta dirigida a 50 administradores, los cuales representan un tercio de la población y que son los que, específicamente están relacionados al supuesto de la investigación, se les pregunta a los encuestados si la empresa donde laboran cuenta con un modelo de identidad y ética para el mejoramiento continuo de la calidad total y la productividad, y un 76% representado por 38 administradores, consideran que su organización no tiene un modelo de ética e identidad en marcha, un 12% menciona que lo tiene de manera informal, el 8% opina que está en revisión, mientras que el 4% sustenta que su organización tiene un modelo completo y formal en marcha. Se muestra lo significativo del porcentaje que indica que no tiene un modelo como el propuesto en la investigación.

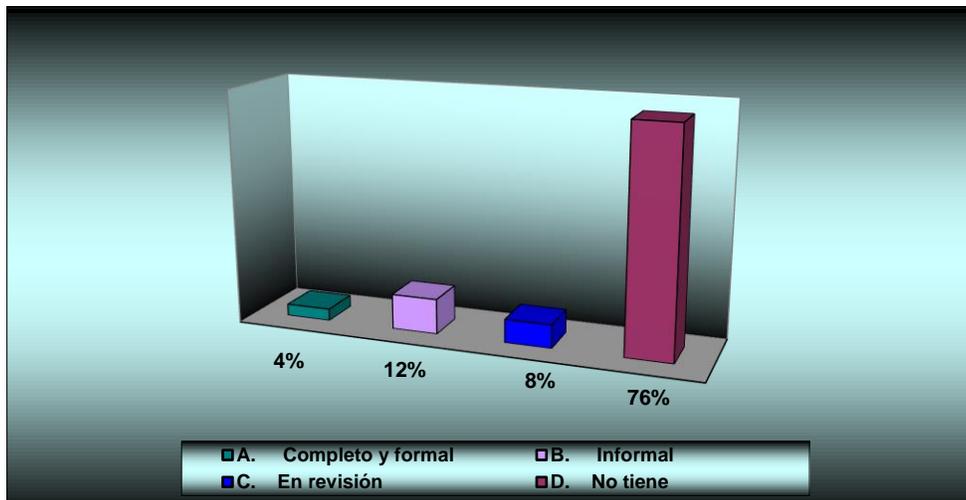


Figura 1. ¿Tiene su organización un modelo formal de identidad y ética en marcha?

Con relación a la pregunta concerniente a que si considera que un modelo de identidad y ética es importante en el desempeño de sus funciones el 44% mencionó que un modelo de Identidad y Ética es muy importante en el desempeño de sus funciones, el 28% de los encuestados considera que es importante, un 20% piensa que es relativamente importante y solamente el 8% opina que no es importante.

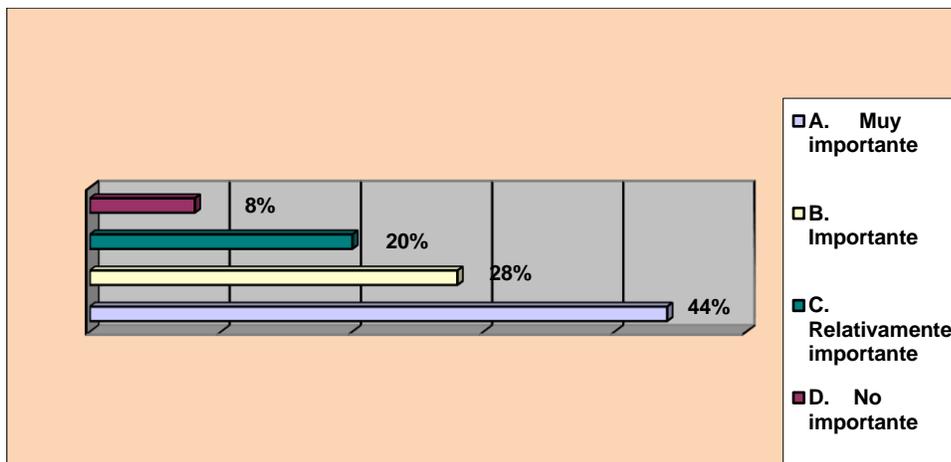


Figura 2. ¿Considera que un modelo de identidad y ética es importante en el desempeño de sus funciones?

Referente a la pregunta formulada sobre la ética y su incidencia dentro de sus responsabilidades y objetivos un 40% considera que la ética tiene mucho que ver con las responsabilidades y objetivos del puesto que desempeña, un 34% dice que tiene que ver regularmente, el 20% indica que poco, mientras que el 6% dice que no tiene nada que ver con sus responsabilidades.

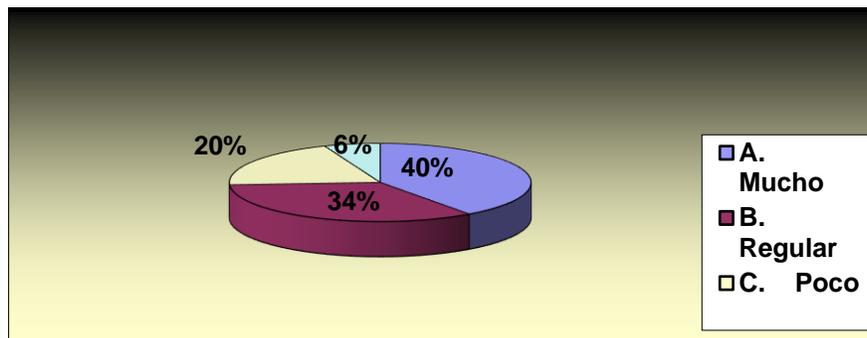


Figura 3. ¿Es la ética una parte de las responsabilidades y objetivos del puesto que desempeña?

Para los administradores que participaron en el estudio, el 50% considera que su organización cumple algunas veces con las leyes y reglamentaciones aplicables al administrador, el 24% piensa que siempre, un 20% respondió que frecuentemente cumple y el 6% opina que nunca.

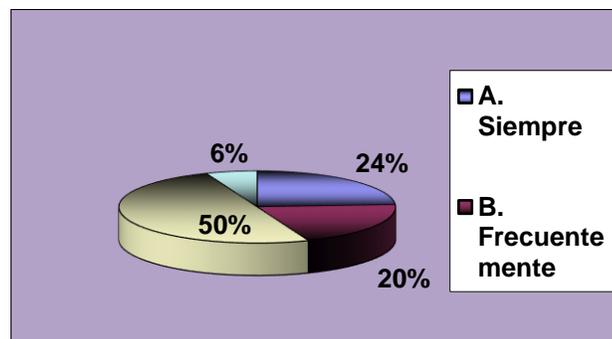


Figura 4. La organización donde labora cumple con las leyes y reglamentaciones aplicables al trato con ética al personal.

Se le realizaron entrevistas a 5 profesionales expertos y conocedores sobre identidad y ética, aplicadas a la calidad y la productividad. Resulta interesante también observar que un 38% considera que las empresas que conocen, nunca se interesan por implementar en su organización algunas normas que contienen la identidad y ética, para que les sirva de guía al administrador en sus actuaciones y decisiones, el 22% señaló que siempre se interesan, un 20% menciona que frecuentemente y por último un 20% igual, aseguró que algunas veces.

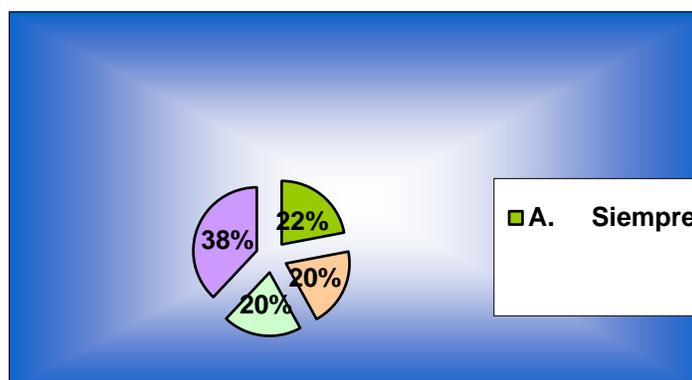


Figura 5. ¿Las empresas que conoce se interesan por implementar en su organización algunas normas que contienen la identidad y ética, para que les sirva de guía al administrador en sus actuaciones y decisiones?

De los resultados obtenidos, un 40% considera que un modelo de identidad y ética dirigido al administrador de empresas, para el mejoramiento continuo de la calidad total y la productividad sería muy útil para las empresas que conoce, un 34% dice que regularmente, el 20% indica que poco, mientras que el 6% dice que nada.

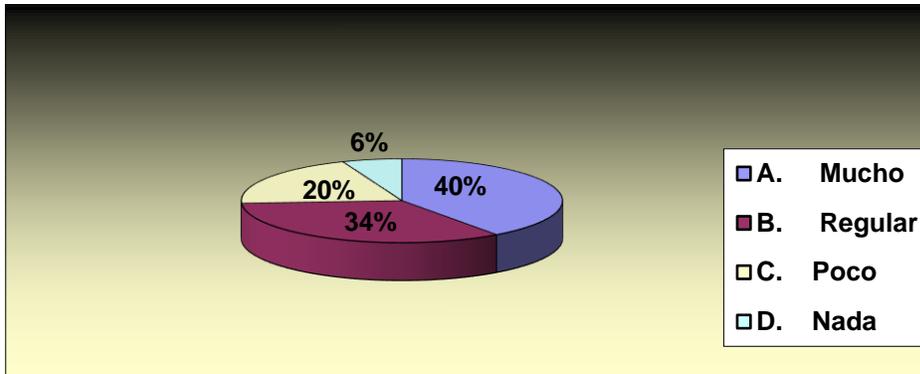


Figura 6. ¿Considera que un modelo de identidad y ética dirigido al administrador de empresas, para el mejoramiento continuo de la calidad total y la productividad sería útil para las empresas que conoce?

Síntesis de la Propuesta

La propuesta presenta un modelo de identidad y ética dirigido al administrador de empresas, para el mejoramiento continuo de la calidad total y la productividad, y se han escogido para el desarrollo de la investigación, a administradores de empresas que laboran en empresas ubicadas en la Zona Libre de Colón, los cuales cuentan con experiencia dentro de su área de responsabilidad y a expertos conocedores de normas de identidad y ética, cuyo aporte ha sido significativo.

El contar con un modelo como el descrito en el párrafo anterior sería de gran beneficio para aquellas empresas que no han formalizado una guía o manual que le permita al administrador, que asume la responsabilidad directa de las relaciones con la dirección de personal y opera en áreas sensitivas como la alta dirección.

La empresa debe transmitir al personal a su cargo, hasta donde está dispuesta a enfrentarse al reto, ya que la dimensión de la calidad total, productividad y competitividad es amplia, y adelantarse a la competencia no es un acto voluntario, sino fruto de una seria preparación, con el interés de gestionar y saber planificar, para poder cambiar la cultura empresarial, primero en su interior.

Se espera, por parte del administrador de una empresa, su mayor contribución en el aspecto del cambio en la cultura corporativa y la formación interna. Además, debe cubrir objetivos de carácter funcional. Por lo anterior expuesto, se considera viable la propuesta, después de haber visitado a algunas empresas ubicadas en la Zona Libre de Colón, donde laboran los administradores de empresas, para conocer de primera fuente sus vivencias y poder a través de la observación, analizar sus experiencias, comportamiento y desenvolvimiento, comparado con sus funciones y responsabilidades, lo cual contribuyo a confirmar la propuesta de la investigación.

DISCUSIÓN

Los momentos socioeconómico actuales, donde los cambios se producen a gran escala y velocidad, cualquier empresa que no gestione con carácter integral sus recursos, puede quedar fuera del mercado a muy corto plazo.

Sobre la base de que no sólo de tecnología vive una empresa, sino que la gestión eficaz de todos sus recursos y subsistemas constituye el núcleo de la estrategia empresarial. La realidad en nuestro país es que aún existen empresarios, que no asimilan que el tiempo invertido en cada una de sus acciones, está concatenado con el deber de inculcar a sus administradores, que son personal confianza, las buenas relaciones éticas y sociales, las cuales pueden pulirse, con un modelo de identidad y ética, que se aplique dentro de las empresas, para regular la conducta de sus colaboradores, de tal manera que los valores que transmita la alta dirección de la empresa les sirva de ejemplo y guía.

En la investigación se plantea la necesidad de un modelo de identidad y ética dirigido al administrador de empresas, como punto de partida hacia una mayor identificación de su rol dentro de la organización, el cual a la vez facilitará la toma de decisiones y permitirá un desarrollo más consistente y claro para quienes ejercen hoy la profesión.

El modelo propuesto también ayudará a asegurar que se dé un trato igualitario a todos los colaboradores, y que las leyes y regulaciones sean interpretadas de manera consistente y correcta.

Para promover la transparencia de la actuación del administrador de empresas, es recomendable que el modelo esté a la disposición de todo el personal dentro de cada organización.

La propuesta incluye los principios éticos que orientan la actuación, también fundamenta y forma la imagen Institucional del administrador, reúne los principios que se deben observar en su acción profesional, en el ejercicio de las actividades regulatorias. El mismo refleja una identidad cultural y los compromisos se asumen ante un conjunto de normas y reglas, frente a la sociedad y a otros grupos de interés en el campo de las actividades inherentes a su cargo.

CONCLUSIÓN

El extracto de investigación que se presenta ha permitido presentar los primeros resultados de una propuesta de un modelo de identidad y ética, dirigido al administrador de empresas establecidas en la Zona Libre de Colón, destacando aspectos relevantes de las organizaciones objeto de estudio, a través de opiniones vertidas por los mismos administradores y expertos en el tema que se ha analizado.

La mayoría de los expertos entrevistados consideran que las empresas que conocen nunca utilizan algunas normas que contienen la identidad y ética, para que les sirva de guía al administrador en sus actuaciones y decisiones. De igual manera consideran que la ética tiene mucho que ver con las responsabilidades y objetivos del puesto que desempeña el administrador.

Los administradores encuestados mencionaron que la empresa donde laboran no cuenta con un modelo de identidad y ética para el mejoramiento continuo de la calidad total y la productividad. Tanto los expertos como los administradores consideran que un modelo de identidad y ética dirigido al administrador de empresas, para el mejoramiento continuo de la calidad total y la productividad sería útil para las empresas.

La propuesta para la Identidad y Ética dirigida a los administradores, que establece el modelo, no contradicen otras expresadas, ni tampoco tiene el interés de antagonizar con los códigos existentes, como el de Trabajo que rige la gestión privada y ni de otros como el de Comercio. Tampoco contraviene ninguna disposición contemplada en los acuerdos internacionales como el que se contrae con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), sino que, por el contrario, se utilizan para reforzar, las políticas y reglamentos que imponen las empresas, para el mejor desenvolvimiento de su cultura organizacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Código de Comercio de la República de Panamá. (1916). *Ley N° 2 de 22 de agosto de 1916*, <https://www.corro-fernandezlawfirm.com/images/downloads/codigo-comercio-republica-panama.pdf>.

Código de Trabajo de la República de Panamá. (1971). *Decreto de Gabinete No. 252 de 30 diciembre de 1971, (Contiene las modificaciones de la Ley 44 de 12 agosto de 1995*, <https://www.mitradel.gob.pa/trabajadores/codigo-detrabajo/>.

Cuevas, H. (2018). *Cultura e Identidad en América Latina*. Santiago, Chile: Instituto Chileno de Estudios Humanísticos.

- Froom, E. (2016). En *¿Tener o Ser?* Madrid, España: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Hurtado I, y. T. (2015). *Paradigma y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambio*. Valencia, Venezuela: Editorial Paidós.
- Ludwing, H. (2014). *Cultura e Identidad en el Mundo Globalizado*. Perú: IEP Instituto de Estudios Peruanos.
- Romero, P. (2018). *Desarrollo de Capacidades y Valores de la Persona*. Colombia: Editorial Presencia Ltda.
- Sampieri, R. (1998). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Mc Graw- Hill- Segunda Edición.
- Scarecio, S. (2019). *La Ética del Ejercicio Profesional*. Uruguay: Compañía Editorial Continental. Primera Edición.