

**LA ÉTICA EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS  
PYMES**

**ENSAYO DE GRADO**

Presentado por

**JOAQUÍN EDUARDO ESTEBAN CORTÉS**

Presentado como requisito parcial para optar al título de

**ESPECIALISTA EN ALTA GERENCIA**

Director de Ensayo

**RONY ALEXIS MOSCOSO ALDANA**

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA**

Bogotá D.C., Colombia

(3 de noviembre de 2017)

## Tabla de Contenido

1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
2.	OBJETIVOS.....	1
	Objetivo General .....	1
	Objetivos específicos .....	1
3.	INTRODUCCIÓN .....	4
4.	MARCO TEÓRICO / ESTADO DEL ARTE.....	5
	4.1 La ética empresarial .....	5
	4.2 La responsabilidad social empresarial .....	6
	4.3 Las Pymes .....	10
5.	LA ÉTICA EMPRESARIAL Y SUS PRINCIPALES VARIABLES DE APLICACIÓN.....	12
	5.1 Definiciones .....	12
	5.2 Características de la ética empresarial .....	13
	5.3 Variables de aplicación de la ética empresarial .....	14
	5.4 El liderazgo dentro de la ética empresarial .....	16

5.5 Grupos de interés o stakeholders.....	17
6. EL IMPACTO DE LA ÉTICA EMPRESARIAL EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS PYMES	18
6.1 La ética y los buenos negocios.....	18
6.2 La ética en la productividad de las Pymes .....	19
7. CONCLUSIONES .....	20
8. RECOMENDACIONES .....	22
9. REFERENCIAS.....	23
Tabla 1 Tipos de Pymes .....	10
Tabla 2 Actividades empresariales.....	15
figura 1 Relación entre desempeño empresarial y comportamiento ético .....	14
figura 2 Marco conceptual de liderazgo.....	15

## LA ETICA EMPRESARIAL Y SU IMPACTO EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS PYMES

### 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Teniendo en cuenta la necesidad por parte de las empresas de avalar procesos que fortalezcan su rendimiento, los modelos empresariales incluyen hoy en día el fomento de la ética empresarial cuyo objetivo primordial es que se tomen las mejores decisiones, no solo desde el punto de vista económico, sino además en relación con la responsabilidad de la empresa con la sociedad en la que se desarrolla y de la que recibe sus beneficios. De modo que se plantea el siguiente interrogante, ¿Afecta la ética empresarial la productividad de las pymes?

### 2. OBJETIVOS

#### Objetivo General

Analizar como la ética empresarial impacta la productividad de las Pymes.

#### Objetivos específicos

- a. Conocer en qué consisten la ética empresarial y cuáles son sus principales variables de aplicación.
- b. Establecer como la ética empresarial impacta la productividad en pymes.

### Resumen

La ética es un conjunto de normas morales que rigen la conducta de las personas en los diferentes ámbitos de sus vidas. En el espacio empresarial, fomentar practicas éticas regula las relaciones de la empresa con su entorno, con sus grupos de interés o stakeholders, aporta a la empresa principios según los cuales su objetivo no es solo la obtención de los resultados financieros esperados, sino además objetivos relacionados con la retribución social. La

responsabilidad de la empresa con la sociedad se manifiesta en la ejecución de actividades de sustentabilidad que incluyen el respeto y mejor manejo del medio ambiente, la creación de empleo, la creación de valor para la sociedad, la formación del recurso humano entre otros. La reputación social de las empresas derivadas de su compromiso ético y de la responsabilidad social empresarial, se ha convertido en uno de los activos más valiosos de las empresas, ya que impacta directamente en la percepción sobre los grupos de interés, como son los consumidores, proveedores, colaboradores, e inclusive la propia competencia.

Por otro lado, las pequeñas y medianas empresas Pymes, reguladas por las leyes 590 del 2000, y 905 de 2004, son reconocidas por su importancia dentro de la economía de los Estados, ya que tiene una alta participación en la generación de empleo y dinamizan la economía de los países. Se les atribuye considerable importancia en la implementación de valores como la honestidad, la lealtad, la sinceridad, dentro de sus políticas, ya que son vitales en el llamado marketing relacional, generando una percepción favorable para el desempeño de sus negocios.

De modo que aquí se expone la manera en que la ética de la empresa defiende los intereses de los consumidores y de los propios miembros de la compañía, lo que mejora la percepción de las pymes, situación que es reconocida tanto por consumidores como por empleados, generando un mejor ambiente laboral, ello provoca que en los procesos de producción se den mejoras, debido a la motivación general de los trabajadores, en quienes se siembra un profundo sentido de pertenencia, que en ultimas se refleja en beneficios económicos en general.

Palabras clave: ética empresarial, productividad, liderazgo, RSE, stakeholders, Pymes, marketing relacional.

## Abstract

Ethics is a set of moral norms that govern the conduct of people in different areas of their lives. In the business space, fostering ethical practices regulates the company's relations with its environment, its stakeholders or stakeholders, it provides the company with principles according to which its objective is not only to obtain the expected financial results, but also objectives related to social retribution. The company's responsibility to society is manifested in the execution of sustainability activities that include respect for and better management of the environment, creation of employment, creation of value for society, training of human resources, among others. The social reputation of companies derived from their ethical commitment and corporate social responsibility has become one of the most valuable assets of companies, as it has a direct impact on the perception of stakeholders, such as consumers, suppliers, collaborators, and even the competition itself.

On the other hand, small and medium enterprises SMEs, regulated by Laws 590 of 2000, and 905 of 2004, are recognized for their importance within the economy of the States, since it has a high participation in the generation of employment and dynamize the economy of the countries. They are given considerable importance in the implementation of values such as honesty, loyalty, sincerity, within their policies, as they are vital in so-called relational marketing, generating a favorable perception for the performance of their business.

So here is how the company's ethics defends the interests of consumers and the company's own members, which improves the perception of SMEs, a situation that is recognized by both consumers and employees, generating a better working environment, this causes improvements in production processes, due to the general motivation of the workers, in whom a deep sense of belonging is sown, which in the end is reflected in economic benefits in general.

Key words: business ethics, productivity, leadership, CSR, stakeholders, SMEs, relational marketing.

### 3. INTRODUCCIÓN

La ética es un concepto que no es de reciente construcción, por el contrario, ha sido estudiado inclusive por los antiguos filósofos griegos, entre ellos Aristóteles y Platón, tanto que su origen etimológico se deriva de la palabra griega “*ethos*”. Otros filósofos un poco más contemporáneos se han ocupado del estudio de la ética, como por ejemplo Emanuel Kant o Federico Nietzsche.

Sin embargo, en este trabajo no se pretende profundizar en el origen filosófico de la ética, ni se busca explicar el concepto hasta agotarlo. Este trabajo se encamina a conocer la faceta de la ética desde el punto de vista empresarial. Se pretende aclarar si el concepto solo tiene injerencia o aplicación en el ser humano, o si por el contrario puede hablarse también de una ética empresarial, de una ética en el mundo de los negocios, y de ser así, entonces aclarar cuál es la relación entre ética y empresa, establecer si la ética afecta, o debería afectar el actuar de las empresas, y la celebración y ejecución de los negocios.

Las empresas generalmente tienen establecidos principios como, cultura de resultados, innovación, cuidado del medio ambiente, responsabilidad social; y valores como honestidad, respeto, solidaridad, laboriosidad; la aplicación de la ética empresarial y su aceptación en toda la organización hace que dichos principios y valores tengan una verdadera aplicación, desde la alta gerencia hasta la base de producción, pasando por toda la estructura organizacional.

Se abordará una revisión de lo que son las pymes en Colombia, cuáles son los requisitos para que una empresa se pueda considerar como una Pyme, cuál es su importancia en el contexto económico del país, en especial la vocación exportadora de diferentes productos y servicios.

Este trabajo pretende establecer si la ética empresarial afecta la productividad de las empresas, especialmente de las pequeñas y medianas empresas Pymes, y si esa afectación, derivada del actuar ético de las compañías, es positivo o negativo, si actuar éticamente representa costos tan elevados que las Pymes no pueden soportar, o si por el contrario esos esfuerzos comportamentales, se ven reflejados positivamente en la productividad de la organización, y en consecuencia en su resultado económico final.

Para lograr lo anterior, el trabajo se divide en una fase inicial de aproximación al concepto de ética en términos generales, para luego abordar el concepto de ética empresarial, pasando por temas como el liderazgo ético, grupos de interés o stakeholders.

En una segunda fase se entra a estudiar si la ética empresarial afecta la productividad de las empresas, especialmente las Pymes, cómo ha evolucionado el objetivo de las empresas, desde una perspectiva puramente económica, de productividad y rentabilidad, a una en la que se identifica una clara finalidad social, un compromiso de la empresa con su entorno, una conducta de responsabilidad social y de ética de la empresa.

#### 4. MARCO TEÓRICO / ESTADO DEL ARTE

##### 4.1 La ética empresarial

Ética en términos generales al decir de la Real Academia de la Lengua Española es: "Conjunto de normas morales que rigen la conducta de la persona en cualquier ámbito de la vida. Ética profesional, cívica y deportiva. Parte de la filosofía que trata del bien y del fundamento de sus valores". (RAE, 2017)

La ética no es una ciencia estática, es una disciplina dinámica, así como dinámica es la conducta humana objeto final de su estudio, es decir, el objetivo de la ética es guiar el



comportamiento del ser humano en forma individual y en forma colectiva. (Valdés & de la Caridad Fraga, 2017)

La ética en los negocios implica que la decisión individual se encuentra influenciada también por las circunstancias sociales, una persona honesta puede bajo ciertas situaciones actuar en forma deshonesto, y por el contrario, quien normalmente muestra un bajo nivel ético en sus decisiones, bajo las circunstancias apropiadas puede actuar en forma honesta. (Desjardins, Espinoza, & Hartman, 2011)

La empresa tiene diferentes objetivos además de la rentabilidad por ejemplo debe crear aportes de valor económico al conjunto de la sociedad, producir oportunidades de trabajo para los miembros de la sociedad, e incluso contribuir a preservar los valores sociales. (Restrepo N. , 2006) La primera actuación ética del administrador empresarial es asegurarse de producir resultados económicos favorables, pues de lo contrario no podrá cumplir con las demás responsabilidades para con la sociedad. (Restrepo J. , 2006)

La ética empresarial aplica a los negocios de las compañías principios éticos de los cuales se desprende que las obligaciones de la empresa no solo se circunscriben a la obtención de rentabilidad, sino que debe ocuparse también de la formación de su recurso humano de tal manera que su conducta responda a valores y principios éticos, principalmente desde las directivas quienes son los que forjan una cultura empresarial que se base en valores corporativos. (Hamburger, 2004)

#### 4.2 La responsabilidad social empresarial

Hoy en día coexisten los conceptos ética empresarial y responsabilidad social empresarial, guardan gran semejanza y algunas personas los pueden llegar a confundir, no obstante, la ética

empresarial se explica por las situaciones que han ocurrido en la vida empresarial, derivadas de actos de corrupción. (Valdés & de la Caridad Fraga, 2017)

Por su parte la responsabilidad social empresarial la constituyen los actos que la empresa adelanta para gestionar el impacto que genera el desarrollo de su negocio, por cuanto sus grupos de interés o stakeholders cada vez lo exigen con mayor intensidad. (Valdés & de la Caridad Fraga, 2017)

El rol de las empresas ha cambiado, pasando de una empresa narcisista a una empresa filantrópica; cada vez se les exige más a las empresas preocuparse no solo de la rentabilidad y la productividad, sino también de tener altos estándares de responsabilidad social de sus actos. (Valdés & de la Caridad Fraga, 2017)

La empresa no puede limitarse a obtener el mayor rendimiento económico posible pues esto la puede perjudicar, no obstante comprometerse con prácticas de Ética Empresarial y de Responsabilidad Social Empresarial, hará que aumenten sus ingresos pues es la retribución de la sociedad a sus esfuerzos por actuar de manera ética y responsable socialmente. (Valdés & de la Caridad Fraga, 2017). La responsabilidad social empresarial se entiende como el compromiso que adquieren las empresas con la comunidad, que garantiza el equilibrio entre la búsqueda de la rentabilidad y la retribución a la sociedad de la cual obtiene sus beneficios. (Aguilera & Puerto, 2012)

No obstante, este concepto de responsabilidad empresarial no siempre ha existido, pues para algunos autores la única responsabilidad de la empresa en relación con la sociedad es la maximización de los beneficios para los accionistas, sin considerar que sea responsabilidad de las empresas las actividades de índole social las que estarían a cargo del Estado. (Duque, Cardona, & Rendón, 2013)

Pero cuál es el motivo por el que los empresarios deciden realizar actividades de responsabilidad empresarial, en entrevistas realizadas a empresarios antioqueños se pudieron identificar las siguientes según Crespo, (2010): “En primera instancia está la retribución a la sociedad, en seguida por el apoyo a la comunidad cercana a la empresa, ayuda a los trabajadores, cumplimiento de la ley, actitud ética en los negocios, atención adecuada a los clientes, ...”, lo anterior claro está sin olvidar otros aspectos relacionados con el logro de utilidades y beneficios de índole económica. Inicialmente y debido a sus costos las actividades de responsabilidad social empresarial estaban reservadas a las grandes corporaciones, no obstante, la tendencia actual es que las Pymes igualmente realicen dichas actividades. (Mellado, 2009)

En la responsabilidad social empresarial (RSE) es de suma importancia tanto el liderazgo de la Alta Gerencia, para llevar a la empresa a gestionar los desafíos sociales y ambientales, como el compromiso de todos los funcionarios de la compañía, de tal manera que este sea un compromiso estrechamente vinculado a las operaciones de la compañía, pues como dice (Barroso, 2008) “Si los trabajadores y los ejecutivos no tienen un entendimiento claro sobre la necesidad estratégica de la RSE, de poco servirá incluirla en la visión y misión de la compañía, o en los manuales de la empresa.”

Existe una tendencia de las sociedades en el sentido de incrementar sus inquietudes en relación con la responsabilidad social empresarial, se está entendiendo la conveniencia para las compañías de verse como socialmente responsables, lo que conducirá a la mejora de la percepción del negocio. La percepción de que la sociedad se ocupa no solo de obtener beneficios económicos, sino que además desarrolla actividades ambientales y sociales genera, al decir de Briceño, Lavín, & García. (2011) “... genera compromiso con sus empleados, lealtad con sus clientes y confianza hacia los inversionistas...”

La reputación derivada de una efectiva responsabilidad social empresarial se ha convertido en un nuevo activo para las empresas, el cual deberá ser protegido al igual que se hace con los activos tangibles. (Briceño, Lavín, & García, 2011)

Según indica (Mababu, 2010), en investigación adelantada se pudo establecer que los empresarios de Pymes se destacan más que los directivos de las grandes compañías en considerar que un ejercicio activo de la responsabilidad social empresarial mejora no solo la imagen de la empresa sino también su rentabilidad.

Las crisis económicas, sociales, ambientales que han tenido ocurrencia en los últimos años, le han generado una situación difícil de sortear a las compañías que se limitan a buscar el máximo beneficio económico para los accionistas, y se impone que la nueva gestión implique una estrecha vinculación con los stakeholders o grupos de interés, mediante programas de responsabilidad social empresarial y actitudes enmarcadas dentro de la ética empresarial. (Peña & Serra, 2012)

Es importante tener en cuenta la relación entre las organizaciones y los grupos de interés o stakeholders, tales como el Estado, los proveedores, los empleados, clientes, etc., las organizaciones dependen de los Estados para su estabilidad, pero los Estados a su vez dependen de las organizaciones para alimentar el erario. (Suarez, 2007)

Es de vital importancia para las compañías tener las mejores relaciones con los grupos de interés o stakeholders, pues estos son los más importantes consumidores de los bienes y servicios que producen, en consecuencia las empresas deben estar comprometidas con un desarrollo sostenible, con un permanente mejoramiento de la economía, con la generación de verdaderos ambientes competitivos, que les permitan tanto a los grupos de interés como a las compañías el logro de sus múltiples objetivos. (Suarez, 2007)

En términos generales, las empresas obtienen ventajas derivadas de un comportamiento emprendedor, es decir, una orientación emprendedora y su relación con el entorno constituye un rol importante en la capacidad de la empresa para obtener mejores índices de rentabilidad.

(Martins, Uribe, & Mesa, 2012)

#### 4.3 Las Pymes

Las Pymes, es decir, las pequeñas y medianas empresas, dinamizan la economía de los países por ello los Estados realizan esfuerzos presupuestales importantes para su fortalecimiento, e incentivación de su internacionalización. (Hurtado & Escandon, 2016)

Las Pymes representan un sector al que los Estados dan mucha importancia y apoyo con programas especiales de asistencia técnica y de fomento. (Alvarez & Crespi, 2001)

En Colombia las Pymes están reguladas por la ley 590 de 2000 (reglamentada por el decreto nacional 2473 de 2010), modificada por la ley 905 de 2004, según las cuales las Pymes se enmarcan en los siguientes parámetros:

Tabla 1 Tipos de Pymes

1. Mediana Empresa:	a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores; b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) y treinta mil (30.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
2. Pequeña Empresa:	a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores; b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
3. Microempresa	a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores; b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Datos obtenidos en investigación (Elaboración propia)

En general se observa que en las Pymes los empresarios no tienen la cultura de la planeación. (Zapata, 2004). A pesar de todas sus limitaciones y restricciones las Pymes han demostrado ser importantes generadores de empleo, con un promedio en América Latina de 64.26%. (Saavedra,

2012). Valores como la honestidad, la lealtad, sinceridad son muy importantes para los directivos de las Pymes, ya que son vitales en lo que se ha llamado el marketing relacional, lo que impacta directamente en las posibilidades exportadoras de las Pymes. (Rondan, Navarro, & Arenas, 2016)

Todas las compañías, pero en especial la Pymes deben ser muy cercanas a la gestión empresarial fundada en la gestión tecnológica, creatividad, innovación, esto contribuye a que se desarrolle satisfactoriamente en el competitivo mercado empresarial. (Quispe, Padilla, Telot, & Nogueira, 2017)

Es preciso igualmente hablar de la ética empresarial y la gestión del riesgo. En efecto son múltiples los riesgos que hoy en día deben gestionar las empresas, independientemente de su tamaño. Pero, ¿qué se entiende por riesgo? Existen varias definiciones sobre este concepto dependiendo del enfoque o de la visión bajo la cual se esté analizando, no obstante al decir de (Lopez & Escamilla, 2017) se puede concluir que: "...riesgo es aquella contingencia, eventualidad o incertidumbre cuyo resultado es el daño o pérdida como consecuencia de una operación o actividad desfavorable a la empresa, individuo o agente del mercado...". Por su parte los riesgos son de diferentes clases, entre ellos se encuentran: riesgo operacional, reputacional, comercial, legal, financiero (de liquidez, de crédito, de tipo de interés, de tipo de cambio).

La empresa debe en primer lugar identificar plenamente los principales riesgos a que se enfrenta, y complementar la estrategia con la implantación de valores éticos y el desarrollo de actividades de responsabilidad social empresarial que constituya la cultura propia de la compañía, lo que conllevará a la integración de todos sus grupos de interés, y a mejorar la percepción generalizada de que cualquier acto irresponsable generará riesgos innecesarios para la

empresa, así que se concluirá que acorde con los principios éticos se deberá actuar, y finalmente gestionar los riesgos residuales que se generen. (Lopez & Escamilla, 2017)

Es fundamental que la alta gerencia comprenda y se identifique con esta nueva dimensión social de la empresa, lo que debe conducir al desarrollo y aplicación de códigos de conducta que garanticen el buen comportamiento de todos los empleados para mejorar así su relación con la sociedad, y establecer mecanismos de auditoria para detectar y eliminar conductos no éticas por parte de empleados y colaboradores de la empresa, política que constituye una verdadera gestión del riesgo ya que contribuye a su mitigación y control. (Lopez & Escamilla, 2017)

El riesgo reputacional ha venido adquiriendo gran relevancia equiparándose inclusive con el riesgo financiero y operacional, y una de las formas de minimizarlo, además de identificarlo, medirlo y evaluarlo, es mediante la implementación de una política seria, sincera y auténtica de responsabilidad social empresarial, asegurándose claro está que la comunidad perciba dicho compromiso y comportamiento de la empresa, lo que constituye un factor diferenciador importante que mitiga el riesgo y mejora la reciprocidad de la sociedad frente a la compañía. (Lopez & Escamilla, 2017)

## 5. LA ÉTICA EMPRESARIAL Y SUS PRINCIPALES VARIABLES DE APLICACIÓN

### 5.1 Definiciones

En cuanto al concepto ética empresarial es necesario primero hacer referencia a algunas definiciones que se pueden resumir así, (Hamburger, 2004):

La ética empresarial ayuda a que se tomen las mejores decisiones, más que las personas sean éticas, que estén en capacidad de decidir correctamente en caso de conflicto. No se trata de crear un código de prohibiciones, lo que se conoce como ética negativa, sino que sea más propositiva, es decir, que ayude a tomar decisiones correctas. (Hamburger, 2004)

La ética empresarial regula las relaciones de la empresa, tanto externas como internas, es decir, se encarga de construir una mejor relación de la empresa con su entorno, con los llamados grupos de interés o stakeholders como son por ejemplo, clientes, proveedores, empleados, accionistas, competencia, la sociedad en general; la ética ayuda a desechar el modelo del conflicto y sustituirlo por un modelo cooperativo. (Hamburger, 2004). A su vez, aplica a la vida de los negocios principios éticos según los cuales las obligaciones de las empresas no solo se deben limitar a sus funciones económicas, por el contrario, también y muy principalmente tiene obligaciones sociales. Además, la ética empresarial colabora con la construcción de una cultura de empresa que se basa en valores corporativos, ir más allá de considerar que lo ético es simplemente lo que se ajuste a lo legal, ya que en algunas ocasiones una conducta, aunque sea legal, puede no considerarse acorde con la ética. (Hamburger, 2004)

Para la ética empresarial de hoy, no basta con asegurar una producción de calidad, relaciones humanas de cooperación, o el logro de los máximos beneficios económicos, además de lo anterior se exige el reconocimiento de los derechos humanos y entender que cada individuo es un interlocutor al que se debe respeto y consideración. (Hamburger, 2004)

## 5.2 Características de la ética empresarial

La actividad empresarial tiene una finalidad social, y la ética empresarial tiene como fundamento la ética cívica, (Hamburger, 2004), por tanto, sus características tienen sujeto el valor de responsabilidad debido a la toma de decisiones, para lo cual se debe tener en cuenta que la finalidad de la empresa es satisfacer necesidades humanas.

La ética empresarial ampara y defiende los intereses de los consumidores, quienes le dan sentido a la actividad de la empresa y por tanto deben ser considerados como interlocutores válidos y contar con mecanismos de participación efectivos. Igualmente, la ética empresarial



atiende y defiende también los intereses de los miembros de la empresa, por lo tanto, no se puede explotar o humillar al trabajador, pues también debe ser considerado como un interlocutor válido. Esta es también una ética de cooperación, lo que significa que los trabajadores deben cumplir sus obligaciones y ser responsables también de la adecuada marcha de la empresa. Cooperación en lugar de conflicto y responsabilidad compartida en lugar de apatía.

La ética empresarial es también una ética pos convencional, es decir, debe ir más allá del nivel legal, para llegar además al plano moral.

### 5.3 Variables de aplicación de la ética empresarial

En una investigación realizada por (Ríos & Lopez, 2015) sobre la ética y calidad laboral y su impacto en el desempeño laboral, mediante el estudio 296 pymes en México, para establecer una relación entre el comportamiento ético y el rendimiento de la empresa, partiendo de la idea de que la ética puede mejorar la calidad laboral de las empresas, por tanto se dan mejoras en los proceso que ejecutan, lograron evidenciar en el estudio específico de pymes, “que las empresas con un nivel entre bajo y medio en su comportamiento ético, tienden a generar niveles medios en su desempeño empresarial, mientras que las empresas con alto grado de ética su desempeño es superior.” (Ríos, M; López, A & López-Mateo, C. 2015, p 315)

#### *Figura 1*

*Relación entre desempeño empresarial y comportamiento ético*

		Desempeño empresarial		
		Baja	Media	Alta
Comportamiento ético	Baja	26.7%	53.3%	20.0%
	Media	7.3%	60.6%	32.1%
	Alta	7.0%	28.5%	64.5%
	Total	8.1%	41.6%	50.3%
% dentro de Ética				

Tomado de ética y calidad laboral: impacto en el desempeño empresarial. (Ríos & Lopez, Etica y calidad laboral: impacto del desempeño empresarial, 2015) Ríos,

Dicha investigación, permite evidenciar que aquellas empresas cuya ejecución se basa en parámetros éticos, que a su vez “cumplen con sus obligaciones legales, que compiten de manera leal en el mercado y que establecen precios equitativos en función de la calidad y del servicio que ofrecen, han logrado atraer nuevos clientes, incrementar sus utilidades, diferenciarse de la competencia y retener a empleados competentes”. (Ríos, M; López, A & López-Mateo, C. 2015, p 317)

De lo anterior se concluye que la ética empresarial hace parte fundamental de la actividad empresarial, ya que permite la retroalimentación entre la empresa y la sociedad civil y se manifiesta entre otras en las siguientes actividades, (Hamburger, 2004).

Tabla 2  
*Actividades empresariales*

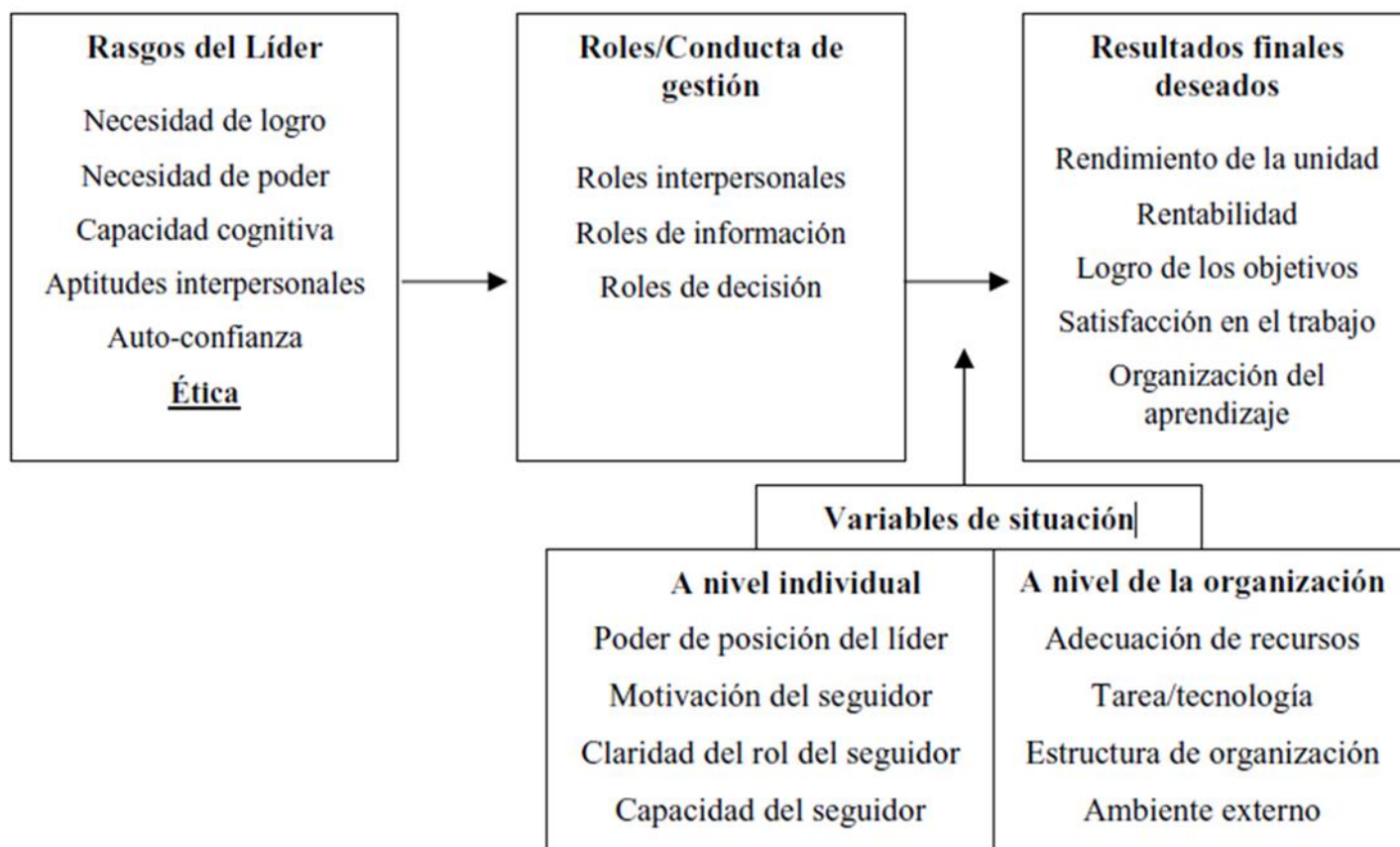
Actividades que manifiestan la aplicación ética en las empresas.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La calidad de los productos y de la gestión</li> <li>• La honradez y la eficiencia en el servicio</li> <li>• El mutuo respeto en las relaciones internas de los empleados</li> <li>• El respeto a las clientelas externas de la empresa</li> <li>• El respeto por la verdad y por la justicia</li> <li>• El respeto por los compromisos lícitos</li> <li>• El cumplimiento de las leyes y normas que rigen la actividad en cada empresa</li> <li>• Una búsqueda constante de excelencia</li> <li>• Acentuar la importancia de códigos éticos de conducta</li> <li>• Sentar la importancia de la responsabilidad social de le empresa</li> </ul>

Tomado de (Hamburger, 2004).  
Elaboración Propia.

#### 5.4 El liderazgo dentro de la ética empresarial

Es de suma importancia dentro de una empresa el comportamiento que los líderes muestren a sus grupos de interés, si un líder admite y acepta un comportamiento no ético, los miembros de los grupos de interés entenderán que esta es la forma de actuar dentro de la organización, lo que rápidamente conducirá a actos de corrupción, por el contrario si el líder muestra firmeza y se opone radicalmente a cualquier decisión o acto no ético, los grupos de interés tratarán de seguir su ejemplo y la empresa estará creando una cultura corporativa asociada a la ética.

Figura 2 Marco Conceptual de Liderazgo.



Fuente: (1989) (Kreitner y Kinicki , a partir de Yukl (1989), (1997))

(Desjardins, Espinoza, & Hartman, 2011) a este respecto dice: “Los líderes de negocios éticos no solo hablan de ética y actúan éticamente en un ámbito personal, sino que también ubican los recursos corporativos para apoyar y promover el comportamiento ético”.

Es verdaderamente importante ser percibido como un líder ético, pero para ello esa conducta debe ser notoria, de nada sirve que el líder sea efectivamente ético, pero que nadie se dé cuenta de ello. Gracias a la introducción de los aspectos éticos dentro de la actividad del liderazgo, se han producido determinados cambios en las relaciones del poder que hacen que el trato justo y el respeto sean esenciales para liderar. (Ruiz, p. 2011).

Existen líderes altamente eficaces pero que en algunos casos no son éticos, la diferencia se puede establecer revisando la forma como el líder cumple sus objetivos, si lo hace mediante la coerción, intimidación, amenaza, o si lo hace con el ejemplo, si son líderes transformadores, que empoderan a los empleados y valoran sus aportes. (Desjardins, Espinoza, & Hartman, 2011)

También se debe observar cual es el objetivo que persigue el líder, porque puede ser que tenga todas las virtudes de un líder ético, pero el objetivo final de la empresa consista en un objetivo no ético, a este respecto (Desjardins, Espinoza, & Hartman, 2011) dice: “Imagine a un líder de negocios que da poder a sus subordinados, respeta su autonomía consultándolos pero que dirige una compañía que publica pornografía infantil, o contamina el ambiente, o vende armas a organizaciones extremistas.”

### 5.5 Grupos de interés o stakeholders

Los grupos de interés o también conocidos como stakeholders, están conformados por las personas o grupos de personas que se ven afectados positiva o negativamente, según se tomen decisiones en las empresas con un contenido ético o no.

Los grupos de interés generalmente están conformados por clientes, empleados, accionistas, proveedores, competidores, comunidad. (Desjardins, Espinoza, & Hartman, 2011)

En la teoría de los grupos de interés se habla de qué es lo que esperan éstos de las directivas de las empresas, de todo empleado que tenga bajo su responsabilidad la toma de decisiones, en el sentido claro está que la decisión debe estar fundamentada en el negocio, la rentabilidad, y la ética, es decir, la decisión debe comprometer los dos elementos, no es aceptable decisiones de negocio sin el componente ético. A este respecto (Desjardins, Espinoza, & Hartman, 2011) dice “... la forma más espontánea de cumplir con una de las funciones de la empresa consiste en centrarse en la maximización del valor, es decir, en la maximización de las consecuencias analizadas.”

## 6. EL IMPACTO DE LA ÉTICA EMPRESARIAL EN LA PRODUCTIVIDAD DE LAS PYMES

### 6.1 La ética y los buenos negocios

Las decisiones éticas conllevan el reconocimiento y respeto de los principios, valores y normas morales que en general son aceptados por la sociedad, y cuando las empresas ya sean grandes o pequeñas asumen el compromiso de actuar éticamente, significa esto que las decisiones que tomen deberán ser las mejores desde el punto de vista de la responsabilidad con la sociedad, porque de lo contrario como lo explicó Keneth Dayton (citado por Desjardins, Espinosa & Hartman, 2011, p.112) “Si el negocio no sirve a la sociedad la sociedad ya no tolerará nuestras ganancias, o nuestra existencia siquiera”.

La responsabilidad social empresarial auténtica, y que es por tanto consecuencia de la decisión de la empresa de actuar éticamente, pueden ser un factor determinante para el incremento de la rentabilidad debido a la mejor posición que la empresa logra frente a sus

grupos de interés, inclusive clientes y empleados, a este respecto afirma (Desjardins, Espinoza, & Hartman, 2011) "...cierta evidencia sugiere que los empleados que son bien tratados pueden ser más leales, más eficaces y productivos en sus empleos"

Liz Bankowshi (citado por Desjardins, Espinosa & Hartman, 2011, p. 112) directora de misiones sociales en la Ben & Jerry's Humead ice Cream Company "...sostiene que entre 80 y 90 % de los empleados de Ben & Jerry trabajan ahí porque se sienten parte de un bien mayor".

No obstante, la responsabilidad social empresarial cuando no se fundamente en decisiones éticas de la empresa, puede llegar a no ser auténtica sino utilizada como un factor de apoyo por parte de los consumidores y de la lealtad de sus empleados, pero en realidad sus acciones y sobre todo los objetivos ocultos de la empresa demuestran que no hay un verdadero compromiso, pues realmente la empresa no está basando sus decisiones en soportes éticos.

## 6.2 La ética en la productividad de las Pymes

La ética empresarial es un concepto que impacta fuertemente en la productividad entendida ésta como la relación entre la cantidad de productos de un sistema productivo y los recursos invertidos para lograr dicha producción, no solo de las pymes, sino también de las grandes corporaciones, y consecuentemente en los resultados financieros de la empresa, pues en el entendido que ésta es la ciencia cuyo objetivo se encamina a que se tomen al interior de la compañía las mejores decisiones, y estén fundamentadas en los principios éticos de la compañía, necesariamente su inobservancia, es decir, la toma de decisiones no éticas, conducirá como ya se ha visto en diferentes escenarios, al colapso reputacional de las compañías, circunstancia que hoy en día es castigada casi que de manera inmediata por los consumidores, ya que abundan los canales de información a los cuales la sociedad tiene acceso, tales como radio, televisión, internet, redes sociales etc., y la sociedad en general no acepta los malos manejos de las

empresas, derivadas de la toma de decisiones no éticas, lo que conlleva a la reacción casi natural de abstenerse de adquirir los bienes y servicios que dichas compañías producen.

Un estudio llamado “Developing Value: The Business Case for Sustainability in Emerging Markets” (Valor en desarrollo: El caso comercial de la sostenibilidad en los mercados emergentes) (citado por Desjardins, Espinosa & Hartman, 2011, p. 115) indica que: “... en los mercados emergentes el ahorro en los costos, el mejoramiento de la productividad, el aumento en las ganancias y el acceso a los mercados eran los beneficios más importantes de las actividades de sustentabilidad”, entendiéndose como tales entre otros, las mejoras en los procesos ambientales y en el manejo de recursos humanos. Concluye el informe que en los mercados emergentes las empresas sí son retribuidas cuando mejoran su rol en temas ambientales y sociales.

Por el contrario son múltiples los colapsos empresariales que se han presentado derivados de toma de decisiones no éticas, llevando inclusive a la bancarrota a las compañías involucradas, como es el caso de Enron, su empresa contable Arthur Andersen, y ciudades enteras que se vieron afectadas por la falta de empleo, los accionistas pierden sus inversiones, los empleados pierden sus trabajos, sus fondos de ahorro para el retiro, sus beneficios de salud, etc., es muy grave desconocer la importancia de la ética empresarial en relación con la productividad y la propia existencia de las empresas, al decir de (Desjardins, Espinoza, & Hartman, 2011) “Las consecuencias del comportamiento deshonesto y de las instituciones de negocios faltas de ética son demasiado serias para mucha gente como para que puedan ser ignoradas”.

## 7. CONCLUSIONES

A continuación, se plantean las principales conclusiones en relación con el tema investigado en este trabajo, así:

- La ética empresarial es hoy en día una realidad en el mundo de los negocios, ya se trate de Pymes o de grandes corporaciones es de suma importancia que las decisiones y las actuaciones de las compañías se fundamenten en principios y valores éticos, pues este comportamiento es percibido por los grupos de interés, con los beneficios que esto genera para la empresa.
- Aplicar la ética empresarial constituye una ventaja estratégica de gran importancia para las compañías, ya que de ella generalmente se derivan acciones de responsabilidad social empresarial RSE, lo que mejora la percepción tanto de consumidores como de los mismos empleados, generando en relación con los consumidores un eventual incremento en la adquisición de los bienes o servicios que la compañía ofrece, y en relación con los empleados el mejoramiento del clima laboral, así como mayor identificación con la planeación estratégica de la empresa, y mayor disposición para mejorar la productividad y conseguir los resultados esperados.
- La aplicación de la ética empresarial debe ser auténtica, es decir, debe provenir de líderes éticos verdaderamente comprometidos, ya que el ejemplo del líder será seguido por el resto de empleados de la compañía, y si se maneja un doble discurso se corre un alto riesgo reputacional cuando se debe actuar contrario a la ética.
- La aplicación de la ética empresarial conlleva acciones de responsabilidad social empresarial RSE, generalmente dirigida a satisfacer necesidades de la población más vulnerable, o a ejecutar acciones de sustentabilidad del medio ambiente, lo que mejora la reputación de la empresa ante los grupos de interés.
- Es de suma importancia para las empresas mantener la mejor relación posible con su entorno, es decir, con sus grupos de interés como son los consumidores, proveedores, e inclusive los



propios empleados, pues de ellos depende el resultado final de la actividad empresarial. Es muy difícil hoy en día que una empresa tenga éxito si ignora los postulados de la ética empresarial, y si obra en contravía de los intereses de sus stakeholders.

## 8. RECOMENDACIONES

A continuación, se formulan algunas recomendaciones que podrían ser de utilidad para las empresas que decidan incursionar en la aplicación de la ética empresarial como principio fundamental de su actuar, así:

- En primer lugar las directivas de la empresa deben estar auténticamente decididas a adoptar como principio rector la aplicación de la ética empresarial, pues no hay nada más contrario a la ética que simular acciones o comportamientos éticos cuando en realidad se persiguen otros fines.
- Una vez que se ha tomado esta decisión, la empresa se debe asegurar que los líderes de las diferentes áreas compartan sinceramente este pensamiento, y que sus acciones así lo demuestren, porque éste será el ejemplo que el resto de empleados seguirá.
- Pero, ¿Cómo lograr ese compromiso en la compañía? Se debe diseñar, estructurar, implementar y desarrollar un proceso de capacitación, dirigido en una primera fase a los líderes de los diferentes niveles de la empresa, y posteriormente en una segunda fase al resto de funcionarios, reforzando este compromiso ético mediante la ejecución de campañas permanentes, concursos, estímulos y cualquier otro instrumento de capacitación, de manera tal que todos los funcionarios acepten e interioricen como sello identificador de la compañía este modo de actuar, el cual deben tener presente al momento de tomar cualquier decisión de su competencia.

- Se deben iniciar acciones de responsabilidad social empresarial dirigidas a satisfacer las necesidades de la población más vulnerable, así como de sustentabilidad del medio ambiente, entre otras. Estas acciones deben ser notorias porque de nada sirve ejecutarlas si la comunidad no las percibe.
- La existencia de un clima laboral idóneo, derivado de la aplicación de la ética empresarial, debe ser aprovechado por la empresa para incentivar la participación de todos los funcionarios en el proceso de mejoramiento de la productividad de la compañía, porque si se mejora la productividad igualmente se mejorarán los resultados financieros de la empresa, con el beneficio que esto genera no solo para los accionistas, sino para los propios empleados porque se mantendrá la solidez de la compañía, la estabilidad laboral y la generación de nuevos empleos, y para la comunidad en general porque recibirán los beneficios de las acciones de responsabilidad social que adelanten las empresas, en el entendido que ellas se deben a la sociedad en la que desarrollan su negocio, y por tanto deben retribuirle a la comunidad parte de los beneficios que obtienen.

## 9. REFERENCIAS

Aguilera, A., & Puerto, D. (06 de 2012). *http://www.scielo.org.co*. Obtenido de

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762012000100002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000100002)

Alvarez, R., & Crespi, G. (12 de 2001). *www.scielo.cl*. Obtenido de

[http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-68212001011500005](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-68212001011500005)

Barroso, F. (12 de 2008). *http://www.scielo.org.mx*. Obtenido de

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-)

[10422008000300005](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422008000300005)

- Briceño, A., Lavín, J., & García, F. (04 de 2011). <http://www.scielo.org.mx>. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422011000100005](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422011000100005)
- Crespo, F. (12 de (2010)). <http://www.scielo.org.co>. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n117/v26n117a07.pdf>
- Desjardins, J., Espinoza, F., & Hartman, L. (2011). *Ética en los negocios*. Mexico D.F.: Mc Graw Hill.
- Duque, Y., Cardona, M., & Rendón, J. (12 de 2013). <http://www.scielo.org.co>. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v29n50/v29n50a09.pdf>
- Hamburger, A. (2004). *Ética de la Empresa el Desafío de la Nueva Cultura Empresarial*. Bogotá D.C.: Paulinas.
- Hurtado, A., & Escandon, D. (2016). Antecedentes de la postura emprendedora y su influencia en el desempeño exportador de las pymes en Colombia. *Cuadernos de Administración*, 47-79.
- Kreitner y Kinicki , a partir de Yukl (1989). ((1997)).
- Lopez, S., & Escamilla, S. (06 de 11 de 2017). *Dialnet Plus*. Obtenido de <https://dialnet-unirioja-es.ezproxy.umng.edu.co:2518/servlet/catart?codigo=2740070>
- Mababu, R. (08 de 2010). <http://scielo.isciii.es>. Obtenido de [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1576-59622010000200002](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1576-59622010000200002)
- Martins, I., Uribe, F., & Mesa, D. (07 de 2012). <http://www.scielo.org.co>. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ecos/v16n35/v16n35a3.pdf>
- Mellado, C. (03 de 2009). <http://www.scielo.org.ve>. Obtenido de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182009000100003](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182009000100003)

- Peña, D., & Serra, A. (12 de 2012). *http://www.scielo.org.ar*. Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322012000600006](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322012000600006)
- Quispe, A., Padilla, M., Telot, J., & Nogueira, D. (04 de 2017). *http://scielo.sld.cu*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362017000100008&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362017000100008&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- RAE. (01 de 10 de 2017). *Real Academia de la Lengua Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=H3y8IjjH3yay0R>
- Restrepo, J. (2006). Responsabilidad Social de las Empresas mas allá de un Balance Social. En F. I. II, & A. P. Sociales, *La Ética Empresarial un Compromiso Social* (págs. 39-52). Bogotá D.C.: Niño Cubillos Javier Ignacio.
- Restrepo, N. (2006). El papel de la empresa dentro de la sociedad. En F. I. II, & A. P. Sociales, *La Ética Empresarial Un Compromiso Social* (págs. 31-36). Bogotá D.C.: Niño Cubillos Javier Ignacio.
- Rios, M., & Lopez, A. &. (2015). *Etica y calidad laboral: impacto del desempeño empresarial*. Mexico .
- Rios, M., & Lopez, a. &. (2015). *la etica y la calidad laboral y su impacto en el desempeño laboral*.
- Rondan, F., Navarro, A., & Arenas, J. (02 de 2016). *http://www.scielo.br*. Obtenido de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902016000100043&lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902016000100043&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- Saavedra, M. (06 de 2012). *http://www.scielo.org.co*. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762012000200005](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200005)

Suarez, J. (12 de 2007). *http://www.scielo.org.co*. Obtenido de

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-50512007000200011](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512007000200011)

Valdés, M., & de la Caridad Fraga, R. (2017). Actitud y compromiso: claves para Ética y

Responsabilidad Social Empresarial. *Gestión Joven*, 35-48.

Zapata, E. (12 de 2004). *www.scielo.cl*. Obtenido de

<http://www.redalyc.org/pdf/206/20605209.pdf>