

La ética en las empresas proveedoras de servicios del sector metalmeccánico de la región zuliana

*Nelson Labarca**

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo determinar la presencia de elementos éticos en los servicios brindados por las empresas proveedoras del sector metalmeccánico de la región zuliana. Para el logro del mismo se ha elaborado un estudio descriptivo. Como técnica de recolección de datos se diseñó un instrumento tipo cuestionario aplicado a una muestra de 12 (doce) empresas proveedoras de servicios al mencionado sector; para medir la variable ética se consideró las dimensiones: seguridad y confianza, cooperación, calidad y excelencia, responsabilidad y confiabilidad. Finalmente, se concluye que los rasgos de mayor significación para el sector son: responsabilidad, calidad, excelencia, seguridad y confianza, aspectos que pueden ser parte de un proceso que estimule el cambio para las empresas del sector siempre en la búsqueda de políticas de desarrollo industrial y sobre todo, asumir una nueva cultura de cooperación, teniendo como base el desarrollo de una responsabilidad compartida, en la búsqueda del balance ético asumido bajo la perspectiva de su responsabilidad social.

Palabras clave: Etica, empresas proveedoras, servicios, sector metalmeccánico, región zuliana.

* Doctor en Ciencias Humanas. Mgs. en Gerencia de Empresas. Mención Mercadeo. Economista. Profesor Investigador de la Escuela de Economía. Acreditado en el Programa de Promoción al Investigador (PPI) Nivel II. E-mail: nelsonlabarca66@hotmail.com

Ethics in Organizations Providing Services in the Metallurgical Sector in the Zulia Region

Abstract

The objective of this article is to determine the presence of ethical elements in the services offered by service-providing organizations in the metallurgical sector in the region of Zulia. To accomplish this, a descriptive study was prepared; to collect data, a questionnaire-type instrument was designed and applied to a sample of 12 (twelve) service-providing organizations in the aforementioned sector. To measure the ethical variable, dimensions of security and trust, cooperation, quality and excellence, responsibility and dependability were considered. Conclusions were that the most significant traits for the sector are: responsibility, quality, excellence, security and trust, aspects that can be part of a process to stimulate change for companies in the sector, always searching for industrial development policies and above all, adopting a new culture of cooperation, whose base is the development of shared responsibility, in the search for an ethical balance taken on under the perspective of their social responsibility.

Key words: Ethics, supplier organizations, services, metallurgical sector, Zulia region.

Introducción

Hoy en día, el sector metalmeccánico se ha visto afectado por el contexto económico, político y social del país, ello incide de forma determinante en su desenvolvimiento, la implementación de medidas como el control de cambio, control de precios, inseguridad jurídica, aumentos del salario mínimo por decreto sin concertación entre empresarios, trabajadores y gobierno, inamovilidad laboral, licencia de importación, pérdida de autonomía del Banco Central de Venezuela, amenazas a la garantía de propiedad privada, expropiación e intervención de empresas, creación de gremios paralelos, ley penal cambiaria, entre otros, lo cual configura una realidad compleja (Gómez, 2005).

Así mismo, es importante señalar la alta dependencia del sector respecto a la industria petrolera (su principal cliente), igual a la visión de corto plazo del negocio, cuyo logro más importante

es el beneficio inmediato, por responder más a condiciones de supervivencia que a una visión de largo plazo, hacia la búsqueda de una coexistencia a favor de la rentabilidad y la permanencia futura de las empresas del sector (Ferrer, citando a Martín, 2001).

Lo antes expuesto, invita al desarrollo de una cultura emergente, ya no es suficiente contar con empresarios solo por generar riquezas para sí mismos y sus organizaciones, sino individuos que posean un arraigo social, un compromiso con la comunidad y con los miembros de la organización, logrando así hacer crecer a sus empresas, y al mismo tiempo buscando el desarrollo y, la capacitación de la gente y de la comunidad; condición necesaria para ser cada vez más competitivos e incrementar el capital intelectual de su organización (Termes, 2000).

En este sentido, las empresas necesitan colaborar en los esfuerzos regionales y nacionales para la creación de nuevos empleos que enriquezcan la economía en el contexto donde están ubicados. Más aún, dichas empresas y sus directivos, a través de su influencia y participación en el entorno, tienen el reto de apoyar la evolución moral y ética de la sociedad (Pérez, 1998; Castells, 1999).

Las organizaciones del siglo XXI requieren de sus miembros, calidad y cooperación, como valores éticos primordiales y estratégicos para la competitividad en el mundo globalizado. Así, en la medida en cómo se conforman estos valores y se entrelazan en la cultura organizacional, sus miembros tendrán mayor posibilidad de compartirla y aplicarla, buscando así la uniformidad de grupo social (Ferrer, citando a Fernández, 1995; Castells, 1999).

De esta manera, según Cortina (1998) puede tener la sensación de que ella es sinónimo de desalojar al adversario y, en consecuencia, no pareciera compaginar con la conducta ética, sino con la búsqueda de exclusión. La misma autora afirma que una empresa ética siempre es más competitiva. Se entiende el concepto de competitividad como el deseo de mantener un ámbito de relaciones con los agentes involucrados en la actividad empresarial que posibilite su permanencia en el mercado a largo plazo con un beneficio suficiente, para lograr su perdurabilidad.

En este sentido, una empresa es competitiva, según Cortina (1998) cuando puede generar beneficio suficiente para permanecer en el mercado, porque su interés es la perdurabilidad en el tiempo. Además, la empresa competitiva es ética por dos razones: merece credibilidad y genera confianza.

Por consiguiente, se pretende determinar la presencia de elementos éticos en las empresas proveedoras de servicios del sector metalmeccánico de la región zuliana.

La investigación es de tipo descriptiva, con diseño de campo no experimental. El estudio es de tipo transversal o transaccional, ya que los datos son recolectados de un solo momento, en tiempo único. Se consideró una población total de 12 principales empresas proveedoras nacionales; como técnica de recolección de datos se aplicó el cuestionario bajo un enfoque estructurado.

Ética de las organizaciones y la responsabilidad ética

La ética es un tipo de saber que pretende orientar la acción humana en un sentido racional; es decir, pretende obrar racionalmente. Ello significa, saber deliberar bien antes de tomar una decisión con objeto de realizar la elección más adecuada y actuar según lo que se haya elegido (Cortina, 1996).

El fin de las organizaciones guarda un fin social, porque toda organización se crea para proporcionar a la sociedad unos bienes o servicios en virtud de los cuales queda legitimada su existencia ante la sociedad y este es un punto central en la elaboración de un código ético.

Señala Cortina (1996), que para diseñar una ética de las organizaciones será necesario recorrer los tres pasos siguientes:

- Determinar claramente cuál es el fin específico, el bien interno o la actividad que le corresponde y por el que cobra su legitimidad social;
- Averiguar cuáles son los medios adecuados para producir ese bien y qué valores es preciso incorporar para alcanzarlo;
- Indagar qué hábitos ha de ir adquiriendo la organización en su conjunto y los miembros que la componen para incorporar esos valores e ir forjándose un carácter que les permita deliberar y tomar decisiones acertadas en relación con la meta;
- Discernir qué relación debe existir con las distintas actividades y organizaciones como también entre los bienes internos y externos a ellas;
- Identificar los valores de la moral cívica de la sociedad en la que se inscriben;

- Determinar los derechos que reconoce esa sociedad a las personas. Es decir, cuál es la conciencia moral alcanzada por la sociedad.

Se plantea además, un aspecto importante como la distinción entre la racionalidad comunicativa y estratégica de gran interés a la hora de construir una ética de la empresa; porque tradicionalmente se suele entender a la empresa como regida por una racionalidad estratégica, dirigida a obtener el máximo beneficio, mientras que el momento moral es el de la racionalidad comunicativa, apareciendo entonces, empresa y ética como aparentemente incompatibles.

Para Cortina et al. (1997), cualquier ética aplicada (empresarial) debe recurrir a estos dos tipos de racionalidad, porque ha de contar, a la vez, con estrategias y, a su vez con una comunicación que le permita interactuar con interlocutores válidos (clientes externos e internos).

En el ámbito moral, atendiendo a tradiciones éticas se distinguen las siguientes características en la racionalidad moral comunicativa (tradición dialógica).

- Todo ser dotado de competencia comunicativa es un interlocutor válido (factor incondicionado).
- Las normas morales son válidas según las consecuencias que tengan para los afectados por ellas (momentos consecuencialistas).
- Siempre que satisfagan intereses universalizables (factor incondicionado) es decir, que el ámbito moral sea compartido en su conjunto.

Ética aplicada y ética empresarial

La ética de la empresa es un tipo de saber que ayuda a quienes trabajan en la empresa a tomar decisiones prudentes y justas, fundamentadas en valores morales. Aquí se unen dos líneas en el campo de la ética que, a lo largo de la historia han ido tomando fuerza: la línea de la prudencia y la línea de la justicia. Las decisiones prudentes están muy relacionadas con el tema de la ética de la responsabilidad, las decisiones justas tienen que ver con la adquisición de un cierto nivel moral en una sociedad determinada y marcan también el nivel de conciencia moral en el que tiene que estar la empresa. Estas decisiones prudentes y justas se toman contando con valores morales (Cortina y Conill, 1998).

La ética aplicada no consiste solo en la aplicación de los principios generales, sino en investigar a la vez cuáles son los bienes internos que cada una de estas actividades debe proporcionar a la sociedad, qué metas debe perseguir por tanto cada una de ellas y que valores y hábitos es preciso incorporar para alcanzarlas. La ética empresarial es, por tanto, una parte de la ética aplicada, pero también una parte de la ética cívica (Ferrer, 2001).

La ética empresarial o de los negocios, por su parte, se centra principalmente en la concepción de la empresa como una organización económica y como una institución social; es decir, como un tipo de organización que desarrolla una peculiar actividad y en la que resulta fundamental la función directiva y el proceso de toma de decisiones.

Razones y elementos para el nacimiento de la ética empresarial

Según Cortina et al. (1997) entre las razones que se destacan para el nacimiento de la ética empresarial se encuentran:

- La responsabilidad social de las empresas, dado que la concepción de la empresa ha cambiado sustancialmente en los últimos tiempos, desde entenderla como el terreno de hombre, sin escrúpulos, movidos exclusivamente por el afán de lucro, a considerarla como una institución socio-económica, que tiene una seria responsabilidad moral con la sociedad, es decir, con los consumidores, proveedores, empleados y accionistas.
- La necesidad de visualizar a la empresa como una organización, con un tipo de entidad que se distiende en pasado, presente y futuro; la cual no se reduce a la suma de sus miembros. A su vez, esa entidad ha de cumplir unas funciones y asumir claras responsabilidades sociales, es decir, ha de tomar decisiones morales. La ética no es sólo individual, sino también corporativa y comunicativa.
- La urgencia de recuperar la confianza en la empresa, ya que la falta de credibilidad no resulta ser una carta de trabajo en el mundo de los negocios y la confianza fue convirtiéndose de nuevo explícitamente en el valor empresarial que, en realidad, nunca había dejado de ser.
- La necesidad de tomar decisiones a largo plazo donde la empresa que se plantea únicamente el máximo beneficio en un corto plazo es pernicioso y mal va a poder sobrevivir en estos

tiempos de dura competencia, cuando la responsabilidad a largo plazo genera confianza y seguridad, es una garantía de supervivencia.

A su vez, la ética empresarial en el contexto de una ética de las organizaciones deberá contar con los siguientes elementos (Cortina, 1996).

- Lo ético es una exigencia de los sistemas abiertos regulados, ya que el hombre necesita normas de comportamiento que descansen en los valores de la empresa; estas normas encaminadas en la conducta, refuerzan la cultura empresarial.
- Un sistema de valores, con potenciales que han de aflorar a través de una cultura corporativa.
- Las organizaciones se definirán desde sus finalidades y, por tanto, desde los valores que las identifican.
- Lo ético es rentable, porque reduce costos de coordinación externos e internos en la empresa, y posibilita la identificación con la aspiración, a través de una motivación eficiente.
- La cultura propia de la empresa constituye un elemento que permite diferenciarla frente a los competidores.

Los anteriores elementos exigen una clara concepción del papel de los directivos que se identifican con la corporación y tienen capacidad para integrar individuos.

Asimismo, la actual realidad económica, política y social del país exige una sincera reflexión por parte del empresariado venezolano, gobierno y consumidores, en términos de una nueva cultura sustentada en valores, principios de orden ético que permita enfrentar los cambios y nuevos paradigmas en Venezuela, y en general, en el contexto global.

Características de la ética empresarial

Según García (1998), para plantear las características de la ética empresarial, es necesario asumir como referente la actividad empresarial, la cual constituye una actividad humana con finalidad social, de modo que las actividades necesarias para alcanzar su meta (excelencia, calidad, seguridad, confiabilidad, confianza, competencia, responsabilidad, cooperación, entre otras) son actitudes morales y que se materializan sobre el trasfondo de una ética cívica para la cual tanto los miembros de la empresa como los consumidores, proveedores se caracterizan por ser interlocutores válidos.

Lo antes expuesto, aplicado a la actividad empresarial conlleva según Cortina (1998) a:

- No se está pensando en una ética de la convicción, sino una de la responsabilidad por las consecuencias de las decisiones que se toman, lo cual no significa en modo alguno optar por el pragmatismo, sino recordar que es preciso tener en cuenta las consecuencias de las decisiones para aquella finalidad por lo que la empresa existe y que consiste en la satisfacción de necesidades humanas. Por tanto, la ética de la empresa es, una ética de la responsabilidad convencida.
- Puesto que la actividad empresarial tiene como finalidad satisfacer las necesidades de los consumidores queda deslegitimada al olvidar esa finalidad. Estos son interlocutores válidos y una ética de la empresa, exige tener en cuenta sus intereses a través de mecanismos de participación efectiva, otorgando la calidad y excelencia demandada desde el entorno.
- Los miembros de la empresa también son interlocutores válidos, cuyos derechos deben ser respetados al nivel de una conciencia moral como lo que socialmente se ha alcanzado.
- Pero también éstos han de cumplir con sus obligaciones y corresponsabilizarse por la marcha de la empresa a la que se pertenece; de ahí que la cooperación haya de tomar el lugar del conflicto y la corresponsabilidad el lugar de la apatía.
- Una empresa actual ha de atenerse a un marco postconvencional de justicia, no solo legal, sino ante todo moral. En tal caso, el cambio en la concepción de la empresa es una auténtica exigencia de la conciencia moral de los tiempos.

Por ello, dentro de los valores propios de una empresa del presente siglo se destaca: calidad, responsabilidad, tarea cooperativa, confianza, comunicación, seguridad, excelencia y confiabilidad, entre otros.

Ética y sus relaciones con el mundo empresarial

Para realizar un análisis de la situación de un determinado negocio puede bastar en principio someterlo a un conjunto de elementos y parámetros cuantificables pero hay un ámbito de saber humano a los que se solicita demostraciones y, otras a los que se solicita persuasiones. Y las decisiones éticas pertenecen a este segundo ámbito de conocimiento, siendo el discurso moral en el área de negocios la base para interconectar tales elementos (Ferrer, 2001).

Por lo tanto, de lo expuesto, permite afirmar que al aproximar el lenguaje ético al mundo empresarial, conviene tener en cuenta que sea posible abrirse a criterios de racionalidad diferente.

Unos criterios de claridad y rigor que no son ni mucho menos, ajenos o externos a la realidad de los negocios. La dificultad para saber cuando una acción humana es buena o mala es similar a la que aparece cuando se quiere saber si un negocio va a salir bien o mal; es decir, se carece de seguridad pero se tiene indicios suficientes para saber si una decisión es razonable, bajo el esquema de que las organizaciones son un sistema, no una estructura. Por tanto, la interacción y la coherencia de todas estas partes son decisiones determinantes en el progreso de cualquier problema, conflicto o programa de cambio del mundo de los negocios.

Respecto a la resolución de los conflictos, aparecen entre el logro de la finalidad social y el logro de la finalidad económica en la empresa, es cierto que requiere una dosis de buena voluntad, de sacrificio del propio egoísmo, renunciando a la satisfacción inmediata de intereses personales de tipo económico, en aras de un beneficio social cuyo atractivo aparece a menudo menos inmediatamente.

Así, el problema de las organizaciones ha sido siempre el de hacer compatible la libre decisión individual con la consecución de aquellos objetivos que interesan al conjunto como tal. A este tipo de problema pertenece el hecho de cómo se conjuga la libre indicativa en la creación y dirección de las empresas, con los intereses del conjunto de la sociedad, en cuyo seno actúan las empresas.

Es necesario recordar que las organizaciones se componen de personas, también en ellas existe un procedimiento aceptado, más o menos explícito, a través del cual se toman las decisiones de manera que el responsable de las decisiones tomadas no es cada uno de los miembros de la organización, sino la organización en su conjunto. La estructura de la organización, pues, su forma, la dota de diversos rasgos, esenciales para considerarla como un agente moral; tales rasgos forman parte de su cultura organizacional.

En este sentido, señala García (1998), cuando se refiere a la cultura organizacional, como ésta es una variable independiente o metáfora de la organización en su conjunto, que poseen todas las organizaciones y donde expresan valores, creencias e ideales compartidos, sean estos los de lograr el máximo beneficio por cualquier medio o los de mantener la viabilidad y competitividad bien ponderados.

Etkin (1996) refiere que las cuestiones éticas en las organizaciones sociales no pueden tratarse como problemas de optimización de decisiones. La ética trata de resolver el nivel en que se ubica el problema, es una visión con los valores en juego, mandatos sociales a considerar en la situación y agrega deber ético, considerando un imperativo, no una obligación, sino una real y responsable convicción.

El mencionado autor incorpora el concepto de perversidad, como un juicio que se ejerce desde lo ético y que lleva a pensar en sanciones morales. Estas normas morales se encuentran fuera de la organización y son externas a la voluntad de los participantes.

Existen situaciones de la realidad social contradictorias o ambiguas vinculadas a la organización y este marco propicia la perversidad. Incorpora además un modelo conceptual que exhibe los posibles puntos o diferencias críticas en los comportamientos sociales respecto al ideal de los principios morales y la transparencia en las relaciones. Dichos puntos o referencias críticas se producen entre el pensar y el decir; entre el decir y el hacer, entre el pensar y el hacer o el decir cambiante, propio del doble discurso (Etkin, 1996).

En tanto, al incluir en este ámbito el concepto de ética, es referirse al modo de ser del modelo de organización que se define en el marco de control intrínseco del sistema social, para orientar la conducta de sus integrantes bajo una responsable convicción o idea de lo ético, frente a una realidad social.

Al respecto Llanos (1997), considera que la ética de los negocios puede entenderse como una reflexión ética sobre el sistema económico, sobre las organizaciones y sobre las actuaciones de los individuos en sus funciones institucionales. En ésta, es necesario distinguir tres niveles, el sistema, la organización y el individuo; el problema está en buscar como se articulan entre sí.

Las organizaciones desde esta perspectiva no son solo un objeto de reflexión ética, sino un núcleo que permite mediar entre el sistema y el individuo.

En definitiva, la ética de los negocios necesita utilizar teorías éticas y remitirse a ellas, pero tiende a justificarse así mismo en el marco de un proyecto social, donde la tríada sistema, organización e individuo, interactúan, desarrollando una reflexión ética sobre el hecho organizativo (Llanos, 1997).

Responsabilidad social y responsabilidad ética

Refiere Cortina et al. (1997) que la ética empresarial, como ética aplicada, se encarga de recoger el reto de responder con mayor protagonismo a la sociedad civil. Entonces la empresa necesita desarrollar un clima de confianza y es ahí donde es propicia la oportunidad de la presentación de una cuenta de resultados, recogiendo lo que la empresa es capaz de aportar a la sociedad o, mejor aún, la forma propia en como cada empresa responde a las expectativas de dicha sociedad.

La ética empresarial responderá así a un hecho ya evidente en este nuevo escenario: la imposibilidad de separar lo económico y lo social. Atreverse a definir la responsabilidad moral de la empresa implica concebir un marco de actuación respetando el pluralismo que caracteriza a las sociedades democráticas, sin caer en el subjetivismo o relativismo que impide determinar los intereses sociales a los que la empresa debe responder (Llanos, 1997).

La concepción relativista de la ética ha venido a acentuarse de forma nefasta, coincidencia para la resolución de la ética en los negocios; en un ámbito donde adquiere mayor fuerza por las implicaciones que se establecen en la relación con los sujetos involucrados. De esta manera, la ética en los negocios debe ser visualizada como una capacidad de actuación de la empresa que le permita tomar decisiones sobre la base de la responsabilidad convencida.

Para la teoría ética discursiva o ética del diálogo, lo que convierte en moral, justo o correcto, una actuación, norma o institución, es precisamente el poder alcanzar un acuerdo entre todos, en un diálogo exento de presiones internas y externas y en igualdad de condiciones de participación (Llanos, 1997).

Es así como, el propósito de la ética empresarial dialógica es partir de un enfoque integrativo, que tenga en cuenta el sentido propio de la actividad empresarial y la dimensión moral que, como toda actividad humana, posee. Para ello, debe, en un primer paso, establecer los principios básicos de actuación, un punto de vista donde es posible definir la moralidad o justicia de las actividades empresariales.

Cortina (1998) plantea, desde el punto de vista moral ofrecido por la ética empresarial dialógica, que una empresa actuaría moralmente cuando sus acciones y decisiones persiguieran en lo posible, el diálogo y posterior acuerdo de todos los grupos inmersos en la actividad empresarial.

La responsabilidad moral consiste en respetar el marco del diálogo y en buscar la satisfacción de todos los intereses en juego (grupos de interés internos y externos). La responsabilidad social es ya una determinada concreción, en un sector o en una empresa, e implica estrategias, prioridades, mecanismos de diálogo y de participación (Cortina y Conill, 1998).

En este sentido, la cercanía o lejanía del comportamiento empresarial con referencia a este horizonte ético de actuación, permite valorar éticamente el comportamiento empresarial.

Resultados

Las empresas proveedoras de servicios manifiestan cierta coincidencia en cuanto al rasgo seguridad y confianza, evidenciando en conjunto una alta presencia de este rasgo en la relación empresa-proveedor. Así puede visualizarse como los elementos información oportuna sobre materia prima (completamente de acuerdo 50% de las empresas), tiempo de entrega (medianamente de acuerdo 41.7% de las empresas), listas confiables de precios (medianamente de acuerdo 41.7%), relación precio-valor (completamente de acuerdo 41.7%), pueden detallarse en las Tablas I, II, III y IV, respectivamente.

Tabla I
¿Los proveedores ofrecen información oportuna sobre la materia prima, materiales y/o servicios que suministra?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Medianamente en desacuerdo	1	8,3	8,3	8,3
Medianamente de acuerdo	5	41,7	41,7	50,0
Completamente de acuerdo	6	50,0	50,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Lo antes expuesto confirma lo expresado por Termes (2000), en referencia a lo importante para las organizaciones brindar a sus clientes seguridad y confianza en el proceso de transacciones, lo cual garantiza el éxito del negocio.

Tabla II
¿Los proveedores cumplen fielmente el tiempo de entrega?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	1	8,3	8,3	8,3
	Medianamente en desacuerdo	3	25,0	25,0	33,3
	Ni acuerdo ni desacuerdo	1	8,3	8,3	41,7
	Medianamente de acuerdo	5	41,7	41,7	83,3
	Completamente de acuerdo	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla III
¿Los proveedores ofrecen de manera confiable listas de precios sobre sus productos y/o servicios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Medianamente en desacuerdo	2	16,7	16,7	16,7
	Ni acuerdo ni desacuerdo	1	8,3	8,3	25,0
	Medianamente de acuerdo	5	41,7	41,7	66,7
	Completamente de acuerdo	4	33,3	33,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla IV
¿Los proveedores brindan materia prima, suministro y/o servicio a un precio que siempre se corresponda a su valor?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Medianamente en desacuerdo	3	25,0	25,0	25,0
	Medianamente de acuerdo	4	33,3	33,3	58,3
	Completamente de acuerdo	5	41,7	41,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

El rasgo cooperación es considerado alto en la relación empresa-proveedor, al considerar lo relativo a condiciones desiguales en el intercambio (totalmente en desacuerdo 41.7%), asesoramiento técnico oportuno (completamente de acuerdo 58.3%), in-

formación desactualizada sobre los avances técnicos (totalmente en desacuerdo 58.3%) e información desactualizada sobre insumos sustitutos (totalmente en desacuerdo 75%), como se puede apreciar en las Tablas V, VI, VII y VIII, respectivamente.

Tabla V
¿Los proveedores imponen condiciones desiguales en el intercambio que realizan con la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente en desacuerdo	5	41,7	41,7	41,7
Medianamente en desacuerdo	1	8,3	8,3	50,0
Ni acuerdo ni desacuerdo	4	33,3	33,3	83,3
Medianamente de acuerdo	2	16,7	16,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla VI
¿Los proveedores ofrecen asesoramiento técnico oportuno para la compra de materia prima, materiales y/o servicios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente en desacuerdo	5	41,7	41,7	41,7
Medianamente en desacuerdo	1	8,3	8,3	50,0
Ni acuerdo ni desacuerdo	4	33,3	33,3	83,3
Medianamente de acuerdo	2	16,7	16,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla VII
¿Los proveedores ofrecen información desactualizada sobre los avances técnicos en los insumos ofrecidos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente en desacuerdo	7	58,3	58,3	58,3
Medianamente en desacuerdo	3	25,0	25,0	83,3
Medianamente de acuerdo	1	8,3	8,3	91,7
Completamente de acuerdo	1	8,3	8,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla VIII
¿Los proveedores ofrecen información desactualizada sobre insumos sustitutos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	9	75,0	75,0	75,0
	Medianamente en desacuerdo	1	8,3	8,3	83,3
	Medianamente de acuerdo	1	8,3	8,3	91,7
	Completamente de acuerdo	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Estos resultados permiten afirmar la importancia para las organizaciones de contar con la cooperación necesaria en la búsqueda de brindar respuestas a situaciones comunes (Pérez, 1998).

En relación al rasgo calidad y excelencia se observa la presencia de este aspecto en las empresas proveedoras de servicios del sector estudiado.

Así tenemos en cuanto al incumplimiento con las especificaciones pautadas (totalmente en desacuerdo 66.7%), descuido en las normas de seguridad ambiental (totalmente en desacuerdo 50%), relajan las normas de calidad (totalmente en desacuerdo 66.7%), Tablas IX, X, XI, respectivamente.

Respecto al rasgo responsabilidad, a nivel global muestra resultados altamente satisfactorios, quienes destacan este rango por excelencia, dado que no sólo lo enuncian, sino que se da una respuesta positiva en lo relativo a materia prima exenta de riesgo (completamente de acuerdo 50%), reclamo sobre insumos y/o servicios de manera inapropiada (totalmente en desacuerdo 50%), descuido en las exigencias relacionadas con los registros de propiedad industrial (totalmente en desacuerdo 83.3%) y tiempo de cancelación de los compromisos de pago (completamente de acuerdo 50%), tal como puede apreciarse en las Tablas XII, XIII, XIV, XV.

En las Tablas XVI, XVII y XVIII, se muestra la relación empresa-proveedor respecto al rasgo de confiabilidad, resultando relativamente de mediana influencia por los tres estratos y en particular por la pequeña empresa.

Tabla IX
**¿Los proveedores incumplen con las especificaciones
pautadas por empresa, en cuanto a la materia prima,
materiales y/o servicios que le suministran?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	8	66,7	66,7	66,7
	Ni acuerdo ni desacuerdo	2	16,7	16,7	83,3
	Medianamente de acuerdo	1	8,3	8,3	91,7
	Completamente de acuerdo	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla X
**¿Los proveedores descuidan las normas de seguridad relacionada
con la preservación del medio ambiente y el ecosistema?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	6	50,0	50,0	50,0
	Medianamente en desacuerdo	3	25,0	25,0	75,0
	Ni acuerdo ni desacuerdo	3	25,0	25,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla XI
**¿Los proveedores relajan las normas de calidad requerida
por la empresa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	8	66,7	66,7	66,7
	Medianamente en desacuerdo	1	8,3	8,3	75,0
	Ni acuerdo ni desacuerdo	2	16,7	16,7	91,7
	Completamente de acuerdo	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla XII
¿Los proveedores suministran materia prima, materiales y/o servicios exentos de riesgos para la fabricación de nuestros productos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente en desacuerdo	1	8,3	8,3	8,3
Medianamente en desacuerdo	2	16,7	16,7	25,0
Ni acuerdo ni desacuerdo	1	8,3	8,3	33,3
Medianamente de acuerdo	2	16,7	16,7	50,0
Completamente de acuerdo	6	50,0	50,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla XIII
¿Los proveedores responden de manera inapropiada a cualquier reclamo sobre insumos y/o servicios fuera de especificaciones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente en desacuerdo	6	50,0	50,0	50,0
Medianamente en desacuerdo	5	41,7	41,7	91,7
Completamente de acuerdo	1	8,3	8,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla XIV
¿Los proveedores descuidan las exigencias relacionadas con los registros de propiedad industrial?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente en desacuerdo	10	83,3	83,3	83,3
Ni acuerdo ni desacuerdo	2	16,7	16,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla XV
¿Los proveedores están satisfechos con el tiempo de cancelación de los compromisos de pagos, sobre órdenes de compra entregada?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente en desacuerdo	1	8,3	8,3	8,3
Medianamente en desacuerdo	2	16,7	16,7	25,0
Ni acuerdo ni desacuerdo	1	8,3	8,3	33,3
Medianamente de acuerdo	2	16,7	16,7	50,0
Completamente de acuerdo	6	50,0	50,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla XVI
¿Los proveedores presentan información imprecisa para hacer una evaluación integral de la calidad de su suministro?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente en desacuerdo	9	75,0	75,0	75,0
Medianamente en desacuerdo	1	8,3	8,3	83,3
Ni acuerdo ni desacuerdo	1	8,3	8,3	91,7
Medianamente de acuerdo	1	8,3	8,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla XVII
¿Los proveedores manejan tecnología de punta en sus procesos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Ni acuerdo ni desacuerdo	2	16,7	16,7	16,7
Medianamente de acuerdo	5	41,7	41,7	58,3
Completamente de acuerdo	5	41,7	41,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

Tabla XVIII
¿Los proveedores descuidan el mantenimiento preventivo en sus instalaciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente en desacuerdo	5	41,7	41,7	41,7
	Medianamente en desacuerdo	3	25,0	25,0	66,7
	Ni acuerdo ni desacuerdo	3	25,0	25,0	91,7
	Completamente de acuerdo	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Labarca (2007).

En referencia a información imprecisa para evaluar integralmente calidad de suministro (totalmente en desacuerdo 75%), manejo de tecnología de punta (completamente de acuerdo 41.7%) y descuido en el mantenimiento preventivo (totalmente en desacuerdo 41.7%). Es importante destacar que el rasgo confiabilidad está presente en los elementos enunciados; sin embargo, hay evidencia en la respuesta de que muchos no la cubren a cabalidad.

En definitiva, la presencia de aspectos como responsabilidad, calidad, excelencia y seguridad, constituyen la clave para el desarrollo sustentables de las organizaciones (Etkin, 1996).

A manera de conclusión

Se puede afirmar que los rasgos de mayor significación para el sector son: responsabilidad, calidad, excelencia, seguridad y confianza, aspectos que pueden ser parte de un proceso que estimule el cambio para las empresas del sector, siempre y cuando sean capaces de convivir, interactuar con el sector público en la búsqueda de políticas de desarrollo concertadas para el sector y sobre todo, asumir una nueva cultura de la cooperación, teniendo como base el desarrollo de una responsabilidad compartida, en la búsqueda del balance ético asumido bajo la perspectiva de su responsabilidad social.

Esto constituirá, en definitiva, el inicio del camino para la construcción de una política de desarrollo para el sector metal-mecánica de la región zuliana.

Referencias Bibliográficas

- CASTELLS, M. (1999). **La era de la información. Economía, sociedad y cultura.** Alianza Editorial, Vol. 1. La Sociedad Red. Madrid, España.
- CORTINA, A. y CONILL, J. (1998). **Democracia participativa y Sociedad civil.** Una ética empresarial. Fundación Social Siglo del Hombre Editores. Bogotá, Colombia.
- CORTINA, A. (1996). **Ética mínima. Introducción a la filosofía práctica.** Editorial Tecnos. 5ª. Edición. Madrid, España.
- CORTINA, A. (1997). **Presupuestos éticos del quehacer empresarial.** En Cortina, A.; Castiñeira, A.; Domingo, A.; García, D.; Lozano F. y Lozano, V. (1997). **Rentabilidad de la ética para la empresa.** Fundación Argentina Visa Pis. Madrid, España.
- CORTINA, A. (1998). **Democracia participativa y Sociedad civil.** Una ética empresarial. Fundación Social Siglo del Hombre Editores. Colombia.
- ETKIN, J. (1996). **La empresa competitiva. Grandeza y decadencia. Un cambio hacia una organización institucionalizada.** McGraw-Hill. Chile.
- FERRER, J. (2001). **Presencia del componente ético en sectores de actividad industrial.** Ediciones Astro Data, S.A. Maracaibo, Venezuela.
- GARCÍA, M. (1998). **Del Balance Social al Balance Ético.** En Cortina A; Castiñeira, A; Conill, J; Domingo, A; García, D; Lázaro JF y Lozano, V.H. (1997). **Rentabilidad de la ética para la empresa.** Fundación Argentina y Visu. España.
- GÓMEZ, F. (2005). **Informe Anual de Coindustria.** Caracas, Venezuela.
- LLANOS, C. (1997). **Dilemas éticos de la empresa contemporánea.** Editorial Fondo de Cultura Económica. México.
- PÉREZ, J. (1998). **Ética y Valores en el gerente del nuevo milenio.** Tesis doctoral. Universidad Rafael Beloso Chacín. Doctorado en Ciencias Gerenciales. Maracaibo, Venezuela. Termes, Ricardo (2000). **Ética y mundo de los negocios en línea** <http://www.ufm.edu.gt/ufm/termes/eticahtm> (consultada 11/12/04).