

**UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN  
NÚCLEO DE MONAGAS**



**ANÁLISIS DE LA ETICA EN LAS OPERACIONES  
COMERCIALES DE LA EMPRESA NATIONAL MOTOR CORP.  
INC. Maturín ESTADO MONAGAS.**

**Asesora:  
Prof. Maria Maurera**

**Autores:  
Cabeza B. Manuel E.  
Ramos S. Maglys C.**

**Trabajo de grado (modalidad cursos especiales) presentado como  
requisito parcial para optar al titulo de Licenciado en Administración**

**MATURÍN, FEBRERO 2006**

**UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN  
NÚCLEO DE MONAGAS**



**ANÁLISIS DE LA ETICA EN LAS OPERACIONES COMERCIALES DE LA  
EMPRESA NATIONAL MOTOR CORP. INC. MATURÍN ESTADO  
MONAGAS.**

**HOJA DE APROBACIÓN**

**PRESENTADO POR:**

**CABEZA, MANUEL**

**RAMOS, MAGLYS**

**Presentado al Departamento de Administración de la Universidad de  
Oriente, como Requisito Parcial para Optar al Título de:  
Lcdo. En Administración.**

---

**Prof.: MARIA, MAURERA.  
Asesor académico.**

---

**Prof.: JUAN CARLOS, HERNÁNDEZ.  
Jurado**

---

**Prof.: LUIS, ORSINI LA PAZ.  
Jurado**

**MATURÍN, FEBRERO 2006**

## DEDICATORIA

**A Dios Todo Poderoso**, por darme la oportunidad de vida para ascender un poco en la evolución de mi carrera.

A mi mamá **INOCENCIA SALAZAR**, por enseñarme a tener espíritu luchador perseverante y vencedor en cada momento de mi vida.

A mis hermanos: **ALEXANDER, MANUEL, DIGMAR, IGDEMARO y MAGNIYS**, por el apoyo que me brindaron a lo largo de mis estudios.

A **BLADIMIR FIGUEROA**, por estar siempre a mi lado en los momentos buenos y malos de vida, y espero que siempre sea así.

A mis amigas: **REIMELIS TOVAR, NERMIG MARCANO Y ANGÉLICA ROSALES**.

A todas aquellas personas que me apoyaron en la realización de este logro, muchas gracias.

Maglys Ramos.

## DEDICATORIA

**A Dios, Padre Celestial y Eterno Protector.** Su grandeza me ha guiado a lo largo de mí existir, usted ha diseñado el camino del éxito, luchare por alcanzarlo.

A la memoria de mi Padre y héroe terrenal **MANUEL CABEZA**, con tu valentía, arraigo familiar, esfuerzo, conocimientos y dedicación me dejó el legado de continuar en búsqueda de un mejor porvenir. Para ti mi viejo querido esta frase: Tu primogénito que bien aprendió la lección, hoy cumple parte de lo que prometió.

A mi madre **MARITZA BENAVIDES**, por enseñarme que los problemas son fáciles de resolver cuando los enfrentamos juntos. Tu apoyo es incomparable, eres fuente de mi inspiración. Hubiese sido más difícil sin ti.

A mí hija **MARIÁNNELLYS CABEZA**, quien junto a su madre **RUBINELLYS EURRIETA**, me dieron siempre su afecto y valor para hacer frente a las dificultades.

A mis hermanos y fieles amigos: **MAYKEL, MOISÉS Y MAURICIO**, este logro es igualmente para ustedes porque día a día estuvieron dándome el apoyo que necesite.

A mi tía madre **EMILIA ARAY**, su esposo y mis primos, siempre han sido pieza fundamental para la obtención de mis metas.

Manuel Cabeza

## **AGRADECIMIENTOS**

A los profesores: **MARÍA MAURERA, JUAN CARLOS HERNÁNDEZ, LUIS ORSINI LA PAZ**, por el apoyo y guía en todo momento.

A mi compañero **MANUEL CABEZA**, por haber compartido conmigo este momento tan importante en la vida, como estudiante.

A mis compañeros de la sección 02 de Áreas de grado.

A mis Compañeros de la Universidad de Orientes, por apoyarme en todo momento.

Maglys Ramos.

## **AGRADECIMIENTOS**

**A Dios** por darme la vida y guiarme siempre por el buen camino permitiendo lograr uno de mis sueños principales.

A los profesores: **MARÍA MAURERA, JUAN CARLOS HERNÁNDEZ, LUIS ORSINI LA PAZ**, por la enseñanza transmitida.

A mi compañera **MAGLYS RAMOS**, por haber compartido conmigo este momento tan importante en la vida.

A La **UNIVERSIDAD DE ORIENTE (UDO)**, por ser la casa de estudios mas destacada del oriente y darme la mejor enseñanza.

A Toda mi familia por otorgarme ideales de compromiso y etica, gracias por ser incasables en su apoyo.

Manuel Cabeza

## ÍNDICE GENERAL

<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>v</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>vii</b>
<b>LISTA DE CUADROS</b> .....	<b>ix</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>xii</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>4</b>
<b>EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES</b> .....	<b>4</b>
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.3 OBJETIVOS .....	6
1.3.1 Objetivo General.....	6
1.3.2 Objetivos Específicos.....	6
1.4 JUSTIFICACIÓN .....	7
1.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	8
<b>CAPITULO II</b> .....	<b>11</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>11</b>
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	11
2.2 BASES TEÓRICAS .....	12
2.3 LA ÉTICA .....	12
2.3.1 Definición.....	12
2.3.2 Ética en los Negocios .....	13
2.3.3 Importancia del Estudio de la Ética.....	14
2.3.4 Fundamento Filosófico.....	14
2.3.5 Teorías Morales en el Campo de la Ética .....	15
2.4 BASES LEGALES DE LA ÉTICA .....	17
2.5 RESEÑA HISTÓRICA .....	19
2.5.1 Características de la Empresa .....	19
2.5.2 Misión .....	20
2.5.3 Visión .....	20
<b>CAPITULO III</b> .....	<b>21</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>21</b>
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	21
3.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN .....	21
3.3 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN .....	21
3.3.1 Método de Entrevista.....	21
3.3.2 Revisión Documental.....	22
3.3.3 Cuestionario.....	22
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	23
3.5 PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS .....	23

3.7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	24
<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>27</b>
<b>PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>27</b>
<b>CAPITULO V .....</b>	<b>55</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>55</b>
5.1 CONCLUSIONES.....	55
5.2 RECOMENDACIONES .....	58
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>59</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>61</b>



## LISTA DE CUADROS

<b>CUADRO N° 1</b> .....	27
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA SEGURIDAD QUE EVENTUALMENTE LE BRINDA A LOS VEHÍCULOS .....	27
<b>CUADRO N° 2</b> .....	29
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DEL MECANISMO DE REPARACIÓN Y REPOSICIÓN QUE SE REALIZA A LOS VEHÍCULOS.....	29
<b>CUADRO N° 3</b> .....	31
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA IMPORTANCIA QUE TIENE LA ATENCIÓN AL CLIENTE.....	31
<b>CUADRO N° 4</b> .....	32
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA CREDIBILIDAD QUE HA GENERADO A LOS CLIENTES LA ÉTICA REFLEJADA. ....	32
<b>CUADRO N° 5</b> .....	34
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DEL GRADO DE IMPORTANCIA QUE SE LE DA AL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.....	34
<b>CUADRO N° 6</b> .....	35
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA FRECUENCIA CON LA QUE SE DEBE LLEVAR LA HONESTIDAD.....	35
<b>CUADRO N° 7</b> .....	36
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA INFLUENCIA QUE TIENE LA JUSTICIA EN LA ÉTICA.....	36
<b>CUADRO N° 8</b> .....	37
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA INFLUENCIA QUE TIENE LA CALIDAD MORAL SOBRE LAS DECISIONES ÉTICAS.....	37
<b>CUADRO N° 9</b> .....	38
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DEL GRADO DE PREOCUPACIÓN POR LA ÉTICA. 38	38
<b>CUADRO N° 10</b> .....	39
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LOS VALORES ÉTICOS PRESENTES EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA.....	39

<b>CUADRO N° 11</b> .....	<b>41</b>
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA CONFIANZA. ....	41
<b>CUADRO N° 12</b> .....	<b>42</b>
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA LEALTAD.....	42
<b>CUADRO N° 13</b> .....	<b>44</b>
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LO QUE SIGNIFICA CUMPLIR UN COMPROMISO .....	44
<b>CUADRO N° 14</b> .....	<b>46</b>
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA CREACIÓN DE UN CÓDIGO DE ÉTICA. ....	46
<b>CUADRO N° 15</b> .....	<b>47</b>
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LOS VALORES PROPIOS .....	47
<b>CUADRO N° 16</b> .....	<b>48</b>
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DEL CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES RELACIONADA CON LA ETICA.....	48
<b>CUADRO N° 17</b> .....	<b>49</b>
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DEL GRADO DE IMPORTANCIA QUE TIENE EL CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.....	49
<b>CUADRO N° 18</b> .....	<b>50</b>
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DEL CONOCIMIENTO QUE TIENE EN TORNO A LA DISCIPLINA.....	50
<b>CUADRO N° 19</b> .....	<b>51</b>
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD QUE TIENE LA GERENCIA.....	51
<b>CUADRO N° 20</b> .....	<b>52</b>
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA AUTORIDAD SUFICIENTE QUE EJERCE LA GERENCIA.....	52
<b>CUADRO N° 21</b> .....	<b>53</b>
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DEL TRATO QUE LE DA EL ÁREA ADMINISTRATIVA .....	53

<b>CUADRO N° 22.....</b>	<b>54</b>
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA INFLUENCIA QUE TIENE LA ÉTICA EN LA REMUNERACIÓN.....	54

**UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN  
NÚCLEO MONAGAS**



**ANÁLISIS DE LA ÉTICA EN LAS OPERACIONES COMERCIALES DE LA  
EMPRESA NATIONAL MOTOR CORP. INC. MATURÍN ESTADO  
MONAGAS.**

**(PERIODO: Octubre 2005- Febrero 2006)**

**ASESOR:**  
Prof.: MAURERA, Maria.

**AUTORES:**  
CABEZA, Manuel.  
RAMOS, Maglys.

**RESUMEN**

La investigación se basó en el análisis de la ética como requerimiento no superficial sino intrínseco a las operaciones comerciales, en la empresa Nacional Motor Corp. Inc; Maturín Estado Monagas, para tal fin se establecieron una serie de objetivos específicos (describir las operaciones comerciales, determinar los principios y valores éticos, funciones y responsabilidades del personal directivo y operativo y por ultimo, identificar los principios gerenciales) y se ejecuto un trabajo de campo con un universo de cuatro (4) personas que forman parte de los departamentos de Administración, Reclamo, Suscripción, de la mencionada empresa. Tomando en consideración que esta es una área en el cual el personal administrativo y operativo originan la conducta en término de legalidad, rectitud y moral para afirmar que la empresa es ética, más allá de las obligaciones, de la obediencia o las leyes; Determinando que tiene valores adquiridos como responsabilidad, honestidad, justicia, entre otros.

## INTRODUCCIÓN

Hablar sobre ética exige una conversación larga y personal con un sentido de respeto, honestidad e integridad; valores imprescindibles para el desempeño armonioso del trabajo, estos valores constituyen una parte esencial de la cultura y son pieza fundamental en la vida.

La vida es el valor primordial del ser humano, por simple instinto el hombre busca su conservación. Sin embargo, para llegar a la conciencia de la vida como un valor fundamental, es necesario marcar distancia entre los valores individuales y los valores trascendentes del individuo.

La ética en ese sentido, va ascendiendo en una especie de escalera, desde lo más elemental hasta lo más trascendental. Esa subida se da a lo largo de la vida de cada persona. Además todos los valores se proyectan, de otra forma, hacia el mantenimiento y desarrollo del bienestar del individuo hasta el de la humanidad.

Por esta razón, el ser humano es un buscador de valores éticos; esa búsqueda le va dando sentido a su vida, un significado que obtiene no solamente cuando encuentra un valor fundamental, sino también en todo y cada uno de los momentos que experimenta, el responder preguntas, plantearse nuevas dudas; esto conforma parte del proceso del individuo, es por eso, que la ética debe ser una guía para los negocios y las personas, sin importar la procedencia social, económica o religiosa.

Este trabajo esta orientado a analizar la ética de las operaciones comerciales de la empresa National Motor Corp. Inc; Maturín Estado

Monagas, la cual esta dirigida a brindar información sobre el efecto de la ética dentro de las actividades que emprenden los negocios, y de esta manera, proporcionar una guía de conducta para el desempeño armonioso del personal administrativo y operativo en dicha empresa.

Finalmente, un trabajo de esta magnitud significa dar pie a nuevas investigaciones y que el propósito final realce los aspectos mas importante que inspire motivación a futuros investigadores del tema en si.

El trabajo esta estructurado en tres capítulos desglosado de la siguiente manera:

**Capitulo I:** Describe el problema y sus generalidades, objetivos Generales y Específicos, Justificación de la Investigación.

**Capitulo II:** Contiene Marco Teórico, en el cual se encuentran las Bases Teórica y el análisis de los principales aspectos que conforma este trabajo: Ética, Ética en los Negocios, Importancia de la Ética, Fundamento Filosófico de la Ética, Teoría Morales en el Campo de la Ética, Reseña Histórica, Características de la Empresa, Visión y su Misión

**Capitulo III:** Se presenta el Marco Metodológico: Tipo de Investigación, Técnica de la Investigación, Población y Muestra, Procedimiento de Análisis.

**Capitulo IV:** Refleja los resultados y la interpretación inducidos por la puesta en practica de las técnica de recolección de datos en la empresa objeto de estudio.

**Capítulo V:** Representa conclusiones y recomendaciones producto de la información dilucidada.

Al final se encuentra la lista de referencias bibliográficas utilizadas para sustentar la investigación y facilitar la realización del mismo.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las organizaciones como sistema tienen el deber de poseer ciertos valores éticos que le brinden la satisfacción de producir con responsabilidad y sentido de compromiso, basado en la confianza. De esta forma se entiende que la ética influye positivamente en la consecución de los objetivos y metas de las organizaciones.

En cualquier organización se puede presentar situaciones adversas e inesperadas en la que el empleado y el cliente pueden presenciar un comportamiento no ético, y puede que se hayan abstenido de denunciarlos, o la falta de diligencia por parte de la gerencia con respecto a una violación. Todo individuo como representante de una organización debe sentirse comprometido e identificado con ella, es por eso que en determinadas situaciones reacciona no sólo de acuerdo a principios que le son propios, también representa la lucha que ejerce una institución para que se desarrollen actividades correctas.

Por esta razón surge la necesidad de adoptar un código de ética que pueda mantener una postura adecuada independientemente de apreciaciones individuales, lo cual se sustenta en una serie de valores adquiridos a lo largo de la vida.

En la actualidad la rectitud bajo normas éticas moralmente aceptadas, es un criterio que debe ser aceptado por las organizaciones como sus



miembros. Los valores éticos son de gran relevancia para los individuos, y se extiende al ámbito empresarial, los criterios bajo los cuales prospera una organización deben estar en función del desarrollo personal de cada uno de los individuos que estén involucrados en ella y tanto la empresa como el trabajador debe cuidar que exista respeto mutuo, honestidad, lealtad, tolerancia, confianza y responsabilidad. No deben existir engaños entre ambas partes y las dos deben velar porque la armonía y el buen ambiente siempre estén presentes dentro y fuera de la organización.

Se considera que cada individuo es personalmente responsable de aplicar los estándares más rigurosos de conducta, honestidad e imparcialidad en todos los aspectos de la vida; aunque es fácil perder la confianza de las personas que no actúan con justicia y que abusan de la buena voluntad. Además, el ser humano que actúa de esta forma contribuye a la destrucción de sentimientos, propósitos, esfuerzos y empeños para el logro de los objetivos, también la oportunidad que se tiene para alcanzar una mayor plenitud humana y organizacional.

Esta investigación pretende analizar la importancia de la ética en las operaciones comerciales de la empresa National Motor Corp. Inc. C.A; permitiendo vislumbrar al personal operativo y administrativo de la misma, aportando una guía de conducta para la búsqueda de un excelente servicio específicamente de reparar y reponer los daños que eventualmente sufre el vehículo.

## **1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

El siguiente estudio estará dirigido al Análisis de la ética en las operaciones comerciales de la empresa NATIONAL MOTOR CORP INC.

Ubicada en la Avenida Andrés Eloy Blanco calle N° 6 frente al CIED de PDVSA de la ciudad de Maturín Estado Monagas. Este estudio tendrá una fecha estimada de ejecución entre Octubre 2005 hasta Febrero 2006.

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Analizar la importancia de la ética en las operaciones comerciales de Empresa NATIONAL MOTOR CORP INC. Maturín Estado Monagas.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Describir las operaciones comerciales que representan los negocios éticos en la organización.
- Determinar los principios y valores éticos que guían la organización y sus operaciones.
- Identificar las funciones y responsabilidades del personal directivo y operativo de la empresa NATIONAL MOTOR CORP INC. Maturín Estado Monagas.
- Identificar los principios gerenciales que definen la conducta gerencial ética en el personal de la organización.

## 1.4 JUSTIFICACIÓN

En los enfoques actuales de la interacción social se ha detectado gran deterioro de los valores éticos del hombre, los cuales afectan tanto la identidad como la cultura que caracteriza a un país y sus organizaciones comerciales.

Si todos los individuos fueran iguales y desarrollaran las mismas condiciones para lograr la máxima eficiencia y efectividad para alcanzar los objetivos deseados, entonces, la ética tendría sentido, pero debido a ciertas características diferentes en los seres humanos, tanto físicas (estatura, sexo, edad, peso, fuerza, agudeza visual y auditiva, irresistencia a la fatiga etc.), como: Psicológica (temperamento, carácter, actitud, inteligencia etc.); los cuales llevan a las personas a comportarse y percibir las situaciones de manera diferente para lograr menor o mayor éxito en la labor de la empresa.

De manera general, el estudio de la ética esta enmarcado en el contexto de la realidad socio-cultural de los individuos, considerando los retos tecnológicos que plantea la globalización macroeconómica y cultural, basándose en la necesidad de tomar conciencia sobre él “deber ser” y su comparación con él “es”.

Esta investigación radica en transmitir la importancia de la ética de una u otra forma, hacia el desarrollo personal y el bienestar del individuo en la empresa. Además, estos lineamientos pueden ser tomados en consideración por la empresa NATIONAL MOTOR CORP INC, debido a que el éxito depende de la calidad de desempeño del personal directivo y operativo en sus diferentes funciones de manera honrada, lo cual permite la obtención de mayores utilidades y solidez en el mercado laboral.

## 1.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

**Actitudes:** Tendencia o predisposiciones (favorables o desfavorables) a actuar o valorar de un modo determinado una situación o contenido o persona. Además de su carácter comportamental (tendencia de actuar) y cognitivo (creencia) tiene un componente afectivo emocional. (Bolívar Botía, 1992, p.02)

**Código de Ética:** Actúa como declaración formal que sirve de guía para tomar decisiones y actuar dentro de una organización. (Idalberto Chiavenato, 2004, p.57)

**Conducta:** Se especifica claramente las modalidades de una persona. (Vera, 1979, p.47)

**Disciplina:** Es el resultado de lideres bueno en todos los estacaos de la organización. (Vera, 1979, p.13)

**Efectividad:** En el caso de la administración se constituye en logro de los objetivos predeterminados. (Londoño C, 1993, p.15).

**Eficacia:** Capacidad del administrador para alcanzar los objetivos haciendo uso racional y eficiente de los siempre escasos recursos a su disposición. (Londoño C, 1993, p.15).

**Eficiencia:** Consecuencia de fines deseados los cuales son logrados con el menor recurso posible. (Melinkoff R, 1990, p.17).

**Ética:** Estudio de los valores y de sus relaciones con las pautas y planes de acción. Se refiere a la filosofía de lo bueno y malo. (Diccionario de sociología, 1980, p.12).

**Ética en los negocios:** Es un elemento esencial para el cumplimiento de las actividades que realiza la empresa que permiten tener unos principios con sentidos de respeto, honestidad e integridad para el desempeño armonioso de las tareas que emprenden los negocios. (Vera, 1979, p.42)

**Moral:** Se refiere a la conducta humana, es una forma específica de la conciencia social que deriva los principios, normas y criterio valorativo que regulan la conducta del individuo como integrante de una sociedad. (Santana, 2000, p.31)

**Normas:** Regla para la conducta aceptada y esperada. Estándares de conducta aceptable en un grupo y compartido por todos sus miembros. (Torcat, 2002, p.04)

**Organización:** Es una unidad social rigurosamente coordinada, compuesta de dos o más personas que funciona en forma relativamente constante para alcanzar una meta o conjunto de metas comunes. (Robbins, 1996, p.52)

**Principios:** Es la norma o fundamental que rige el pensamiento o la conducta. (Real Academia Española, 1994, p.1104)

**Reglas Morales:** Son lineamientos o reglas de conducta que suele |

**Responsabilidad:** Es el acto que presenta el trabajador por el manejo de recursos, económico proceso, seguridad tecnología de manipulación de datos e información confidencial así como el numero de personas que dirige y referencia del documento de descripción de cargo donde se desglosa las funciones de los supervisores en caso de existir. (Robbins, 1996, p.52)

**Valores:** Ejes fundamentales por lo que se orienta la vida humana y constituye a su vez la clave del comportamiento de las personas. (Izquierdo, 1998, p.07.Son los principios que se caracterizan el comportamiento de las personas dentro de una organización y a la misma en su conjunto. Constituye la base en que se apoya la filosofía de la organización y el verdadero sustrato de identidad y cohesión entre los miembros de esta. (Stoner, 1996, p.125)

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

La gerencia tiene como función darle a la empresa una dirección inteligente, responsable y capaz de servir a los clientes tan eficiente y efectivamente como sea posible, la cual debe reconocer su obligación con los contratantes para asegurar su responsabilidad.

El caso específico de la empresa National Motor Corp Inc; parte de sus principios es lograr una excelente calidad con los clientes, personal directivo y operativo en sus planes y proyectos; para ellos, tanto el personal directivo, operativo y sus clientes son factores importantes para el fiel cumplimiento de sus operaciones comerciales.

A continuación se ofrece un breve análisis de los antecedentes relacionados con el tema en estudio.

Guevara Mercedes, Moreno Yolenis “Universidad De Oriente”. “La ética profesional del personal administrativa que labora en el Departamento De Recursos Humanos”. En su respectivo estudio concluyo: “Los valores que conforman la ética profesional se encuentran de distintas formas, ya que los miembros de esta obtuvieron concepciones en las etapas familiares y escolares que reflejan la practica como determinante del conocimiento, en donde su escala valorativa predomina la responsabilidad.”

Los aportes brindados en este trabajo tienen gran relevancia, porque trata de la ética, y por ende, proporciona información adecuada de cómo es la responsabilidad, la honestidad, el respeto de los gerentes, el personal directivo y operativo de la empresa, y además, de cómo ellos deben ejecutar sus funciones a los fines de planear , organizar, coordinar, dirigir, controlar ya que tiene como misión lograr que se obtenga resultados mediante los esfuerzos mancomunados con sus subalternos.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

### **2.3 LA ÉTICA**

#### **2.3.1 Definición**

El estudio de la ética constituye una vía para comprender el tipo de racionalidad que define a la sociedad a la vez que un punto de partida para generar los cambios valorativos y actitudinales que se aspiran respecto al modo de pensamiento actual. Por ello, es pertinente resaltar que la ética como una rama de la filosofía, esta considerada como ciencia normativa porque se ocupa de las normas de la conducta humana y a su vez se caracteriza por emplear un lenguaje valorativo y prescriptivo como otra ciencia. En tal sentido Santana (2000) define ética como:

**“La disciplina que estudia el desarrollo y funcionamiento de la moral, el papel de los valores y las tradiciones morales en la sociedad. La ética establece los criterios de valoración moral de libertad y responsabilidad individual. Se ocupa de la acción humana desde el punto de vista del debe ser”. (P.30.**



En otras palabras se puede decir, que la ética conduce a la reflexión acerca de lo bueno y lo malo, basándose en los principios éticos el individuo toma decisiones y orienta sus acciones a partir de motivaciones de tipo moral y legal.

### 2.3.2 Ética en los Negocios

La ética en los negocios, es un factor de motivación para el trabajo en equipo en la medida que los trabajadores y empleados comparten unos mismos criterios y pautas acerca de la manera correcta de hacer las cosas, esto contribuyen a mejorar la productividad, debido a que un entendimiento compartido acerca de la buena conducta que la empresa estimula y exige, se traduce en un alineamiento de los valores y patrones de actuación de los empleados haciendo más grato el trabajo. Al mismo tiempo ayuda a la imagen pública de la empresa, de hecho es un poderoso apoyo para las actividades de planificación estratégica, calidad de gestión, programa de protección y seguridad de activos, equipos, tecnología, archivo e información confidencial de la empresa. Por su parte Chiavenato (2004). Señala que: **“Constituye un elemento catalizador de acciones socialmente responsable de la organización por medio de sus socios o asociados y dirigentes”**. (p.54)

De lo planteado por el autor, se puede interpretar que la ética en los negocios legitima las acciones gerenciales, fortalece la coherencia y el equilibrio de la cultura organizacional, mejora la confianza en las relaciones entre los individuos y los grupos, de mayor solidez a las normas de calidad, y propicia una mayor sensibilidad acerca de los valores y mensaje que genera la empresa.

### **2.3.3 Importancia del Estudio de la Ética**

Estudia son aquellos que se suscitan todos los días en la vida cotidiana, en la labor escolar, en la vida profesional, etc. Problemas como: ¿Que es un comportamiento bueno o malo? ¿Se es libre para realizar esta acción, entre estas La importancia de la ética deriva de su objeto de estudio: la moral desde que el hombre se agrupo en sociedades tuvo la necesidad de desarrollar una serie de reglas que le permitieran regular su conducta frente a los otros miembros de la comunidad. De manera que la moral es una constante de al vida humana. Los hombres no pueden vivir sin normas ni valores. Es por eso que se ha caracterizado al hombre como un “animal ético”, como una idea de un estado de cosas más deseables; luego los medios necesarios para llevarlo a la realidad se deben aplicar.

La ética ilustra acerca del por qué de la conducta moral. Los problemas de la ética en dos acciones ¿Cuál se debe elegir? ; etc. (Valenzuela, 2000)

### **2.3.4 Fundamento Filosófico**

La ética ha ocupado un lugar importante en la filosofía desde el surgimiento mismo de la filosofía. La responsabilidad ética en la filosofía ha sido llevada a la sabiduría.

La moral no es necesariamente una doctrina filosófica, un ejemplo de ello son los mandamientos, que siendo el mayor imperativo moral, no tiene su origen en la filosofía.

En conclusión, la moral puede y no puede ser una disciplina filosófica. La vida humana conlleva de una manera espontánea un orden ético que es a

su vez, la fuerza por el cual el hombre cree. Este orden ético proviene primeramente del núcleo familiar (educación). En ella reside el primer aliento moral y sólo luego, saldrá a la conquista de su destino.

El primer ámbito ético es la familia. La filosofía moral viene después. Ella esta llamada a establecer el principio fundamental desde donde se edificara también el carácter de la costumbre. El principio fundamental ético se basa en tres pilares: La libertad, la virtud, y el bien, por los que la filosofía moral se encuentra asentada. Citado por Valenzuela (2000).

### **2.3.5 Teorías Morales en el Campo de la Ética**

Para la toma de decisiones en los negocios se utilizan tres tipos básicos de teoría morales en el campo de la ética: el utilitarismo, el individualismo, la aproximación basada en los derechos y la justicia. Cada uno de ello considera visiones diferentes de lo que es más importante para el individuo y la sociedad.

#### **❖ Utilitarismo**

De acuerdo con esta teoría, las decisiones se deben tomar sobre la base de lo que es bueno para un número de personas. Al aplicar este criterio, se debe examinar a todas las personas que se ven afectadas por la decisión y elegir la solución que satisfaga a un número de ellas. Balkin David (2003) la define como: **“Tomar decisiones en función de lo que es mejor para el mayor número de persona”**. (p.56)

Este autor considera que esta teoría sostiene que los planes y acciones deben producir el mayor bien para la cantidad de personas.

### ❖ Individualismo

Las personas que basan sus decisiones en el individualismo creen que el interés propio de un individuo se puede mantener a lo largo del tiempo, siempre y cuando no haga daño a otro. Balkin David (2003) la define como: **“El grado en que la sociedad valora los objetos personales, la autonomía y la privacidad sobre la lealtad al grupo, el compromiso a su normas, la implicación en la actividad colectiva, la cohesión social y la socialización”**.( p.57)

En definitiva el autor utiliza esta teoría para que el individuo sea capaz de crear un entorno que fomente el comportamiento ético, además de ver más allá de sus propios intereses personales siempre y cuando no perjudique a las demás personas.

### ❖ Aproximación Basada en los Derechos y la Justicia

#### Derechos

La aproximación basada en los derechos se fundamenta en las creencia de cada persona posee derechos humanos, que deben ser respetado y protegidos. Por su parte Balkin David (2003) lo define como: **“Es un medio de tomar decisiones basado en la creencia de cada persona posee unos derechos humanos fundamentales que deben ser respetado y protegido”**. (p.58)

De acuerdo, con esta aproximación las personas tienen el derecho a la libertad de expresión privacidad y un proceso justo cuando carga con un crimen o una infracción también tiene derecho a un entorno seguro

saludable, esos derechos hacen posible que actúen en su propio interés y en beneficio de la sociedad.

### **Justicia**

Esta teoría es más flexible que otros criterios éticos, ya que reconoce el estándar de la equidad Según Balkin David (2003) la define como: **“Una aproximación a la toma de decisiones fundamentadas en tratar todas las personas de forma consistente y equitativa cuando adopta una decisión”**. (p.58)

En otras palabras, se puede decir que esta teoría demanda a quienes son responsables de tomar decisiones se guíen por la justicia y la equidad así como la imparcialidad.

## **2.4 BASES LEGALES DE LA ÉTICA**

En todo proceso de sistematización en donde los deberes éticos o morales, en general son derechos positivamente estrictos por el estado Se requiere conocer y clasificar las bases jurídicas.

La ética queda resaltada en uno de los artículos de la constitución de la Republica Bolivariana de Venezuela (1999).

**Artículo 02:** Venezuela se constituye en un estado democrático y social de derecho y de justicia, que proponga como valores superiores de su ordenamiento jurídico y de su actuación, la vida, la libertad, la justicia, la igualdad, la solidaridad, la democracia, la responsabilidad social y en

general, preeminencia de los derechos humanos, la ética y el pluralismo político. (p.9)

Con relación a este artículo es importante señalar que todos los valores que resaltan son fundamentales para lograr el bienestar en la sociedad son elementos básicos para la formación digna.

**Artículo 03:** El estado tiene como fines esenciales la defensa y el desarrollo de las personas y el respeto a su dignidad, el ejercicio democrático de la voluntad popular, la construcción de una sociedad justa y amable a la paz, la promoción de la prosperidad y bienestar del pueblo y la garantía del cumplimiento de los principios, derechos y deberes reconocidos y consagrados en la constitución. La educación y el trabajo son los procesos fundamentales para alcanzar dichos fines. (p.10).

En lo que respecta a este artículo el estado garantiza la educación y el trabajo para el desarrollo de las personas y su bienestar, tomando en cuenta el cumplimiento de los principios éticos morales, ya que ellos representan una parte esencial en la sociedad.

**Artículo 102:** La educación es un derecho humano y un deber social fundamental, es democrática, gratuita y obligatoria. El estado asumirá como función indeclinable y de máximo interés en todos los niveles y modalidades y como instrumentos de conocimientos científicos y humanísticos y tecnológicos al servicio de la sociedad. La educación es un servicio público y está fundamentada en el respeto a todas las corrientes, con la finalidad de desarrollar el potencial creativo de cada ser humano y el pleno ejercicio de su personalidad en una sociedad democrática basada en la valoración y ética del trabajo y en la participación activa, consciente y solidaria en los procesos de

la transformación social consustanciada con los valores de la identidad nacional y con una visión latinoamericana universal. El estado con la participación de la familia y la sociedad, promoverá el proceso de educación de acuerdo con los principios de esta constitución y el de la ley. (p. 93).

Es fundamental para el estado preparar adecuadamente a las personas para afrontar los cambios que se producen tan vertiginosamente en la sociedad pero sin obviar los principios o cánones éticos o morales a los cuales deben estar sujetos.

## **2.5 RESEÑA HISTÓRICA**

La empresa NATIONAL MOTOR CORP INC. Se inicio el 21 de febrero del año 2002 cuando Alcino Viera De Mendoca, Alejandro Sanoja De Rodríguez, Ricardo Segundo Montilla y Charles Dennerys Alvarado, domiciliado en la ciudad de Maracay, solicitaron la autorización para la constitución y funcionamiento de una empresa de seguro para operar en el solo en el ramos general, específicamente en el ramo de seguro de vehículo terrestre que giraba bajo la denominación social de NATIONAL MOTOR CORP INC. DE VENEZUELA C.A.

Para el año 2006, la empresa National Motor Corp de Venezuela C.A garantiza prestarle un servicio a las personas en caso que ocurra un acontecimiento a futuro.

### **2.5.1 Características de la Empresa**

- ❖ Posee distintas sucursales nacionales.

- ❖ No posee larga trayectoria histórica.
- ❖ No es reconocida mundialmente por tener recientes duración en el mercado.
- ❖ Sus ingresos son sumamente altos.
- ❖ Se caracteriza como una empresa aseguradora de riesgo de vehículos, estableciendo sus actividades a los parámetros indicados en el mercado.

### **2.5.2 Misión**

La misión de la empresa National Motor Corp Inc, C.A es prever a nivel de todos el Estado, ofrecer un servicio de reparar y reponer los daños que eventualmente sufiere el vehículo con calidad y excelencia para sastifacer los requerimiento de los clientes y así mantenerse en el tiempo.

### **2.5.3 Visión**

Ser la empresa pública modelo, reconocida por su seriedad confiabilidad y competencia y sus actividades a través de:

- ❖ Conocimiento y atención las decisiones de sus clientes.
- ❖ Tener una optima calidad de servicio.
- ❖ Creer en planos económicos y con autonomía financieras
- ❖ Lograr mantener la motivación de su gente y la ausencia de conflictos laborales



## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Para la elaboración de este trabajo se realizaron una investigación de campo, puesto que toda la información y los datos necesarios para el desarrollo se obtendrán de la empresa NATIONAL MOTOR CORP INC, con respecto a este tipo de investigación Sabino (1992). Señala **“La investigación de campo son los métodos a emplearse cuando los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad mediante el trabajo concreto al investigador y su equipo”**. (P.39)

#### **3.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

En lo que respecta el nivel de investigación aplicada es de carácter descriptivo. Se describe el problema en forma precisa indicado sus rasgos mas distintivo tal como Señala Ander-egg (1982) **“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido análisis”**. (P60)

#### **3.3 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **3.3.1 Método de Entrevista**

Será aplicada a toda la población de la empresa NATIONAL MOTOR CORP INC, lo cual permitirá la recolección de datos. Al respecto Ander-egg

(1982. Señala **“Esta forma de entrevista se realiza mediante un formulario previamente preparado y estrictamente normalizado a través de una lista de pregunta establecida con anterioridad “(P.110).**

### **3.3.2 Revisión Documental**

Es una técnica que requirió el empleo de informaciones contenidas en libros, folletos, revista, Internet y otros, concernientes al tema enfocado a esta investigación. En cuanto a la observación directa según Sabino (1992) **“En la que efectúa directamente los observadores, ya sea en el campo o en el laboratorio, en cuanto son ello los mismo sujeto que adelantan con análisis y en cuya manos descansa las responsabilidad de los mismo “(P.83).**

La observación directa permite al investigador relacionarse directamente con el objeto de estudio, logrando observar su característica y particulares que lo identifican.

### **3.3.3 Cuestionario**

También se utilizó el cuestionario, el cual esta compuesto por un conjunto de preguntas abiertas, los cuales sirven de apoyo para indagar y conocer las distintas opiniones de los empleados del Departamento de Administración Suscripción y Reclamo de la empresa Nacional Motor Corp. Inc; en vista de la situación expuesta. García, O. (2001) afirma que: **“El cuestionario puede definirse como un conjunto de preguntas que se elaboran en forma de interrogatorio. Estas preguntas son extraídas de los indicadores que se han definidos mediante las operacionalización de las variables”**(p.17)

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

En cuanto a la población Stehen Shao (1991) la define **“es el área de la cual los datos estadísticos son recopilado”**. (p.12. La población que se estudio esta conformada de las siguiente manera:

<b>POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO</b>					
Personal	Dpto. de Gerencia	Dpto. de Administración	Dpto. de Suscripción	Dpto. de Reclamo	Total
Directivo	1				1
Administrador		1			1
Suscripción			1		1
Reclamo				1	1
Subtotal	1	1	1	1	4

Es una población total de 4 individuos, no se procedió la aplicación de un muestreo aleatorio, al respecto Stehen Shao (1991) señala que: **“Es utilizada para el estudio estadístico y los resultados de la muestra son usada con la base para describir, estimar o predecir las características de la población”** (p.13)

### 3.5 PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS

Con el fin de presentar la información de manera clara precisa se aplicaron diversas técnicas que facilitaron la presentación y análisis de los datos obtenidos. En esta investigación la técnica utilizada para dicho análisis fueron la siguiente:

- ❖ **Análisis de Discrepancia:** Esta técnica nos permitió realizar una comparación entre lo que en teoría debe hacer, como lo que en realidad se hace.
- ❖ **Cuadros:** Esto se utilizó para representar variables cuantitativas cuando los datos están agrupados

### **3.7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

A través de la operacionalización de las variables se identifican los indicadores que proporcionarían respuestas de forma directa a las variables en medición. Esto es con el objeto de ser concreto en la búsqueda de los datos para el desarrollo óptimo de la investigación se procedió a realizar la operacionalización de las variables como se muestra a continuación:

### OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
<b>OPERACIONES COMERCIALES</b>	Actividad o tarea específicas enfocadas a un objetivo inmediato	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipos</li>   <li>▪ Objetivo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Seguridad</li> <li>▪ Mantenimiento</li> <li>▪ Atención al cliente</li>   <li>▪ Credibilidad de los clientes</li> </ul>	<b>1, 2, 3, 4</b>
<b>PRINCIPIOS ÉTICOS</b>	Son aquellos que guiaran y orientaran el comportamiento de socios o asociados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipos</li>   <li>▪ Factores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cumplimiento</li> <li>▪ Virtud personal</li> <li>▪ Justicia</li>   <li>▪ Calidad moral</li> <li>▪ Intensidad ética</li> </ul>	<b>5,6,7,8,9,</b>
<b>VALORES ÉTICOS</b>	Son guías de conductas de las personas	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipos</li>   <li>▪ Característica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Confianza</li> <li>▪ Lealtad</li> <li>▪ Compromiso</li> <li>▪ Código ético</li>   <li>▪ Valiente</li> <li>▪ Objetivo</li> <li>▪ No independiente</li> <li>▪ Intelectual</li> </ul>	<b>10,11,12,13,14, 15</b>

## OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLES	CONCEPTUALIZACION	DIMENCIONES	INDICADORES	ITEMS
<p><b>FUNCIONES</b></p> <p><b>RESPANSABILIDADES</b></p>	<p>Son las obligaciones que tiene una persona inherente al cargo que desempeñan.</p> <p>Es el cumplimiento o deber formal de llevar a cabo una tarea en el tiempo convenido</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Importancia de la ética</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cumplimiento</li> <li>▪ Grado de importancia</li> </ul>	<p><b>16, 17</b></p>
<p><b>PRINCIPIO GERENCIALES</b></p>	<p>Son aquellos que conocen la importancia de la profesionalización y la necesidad de contar con un personal debidamente capacitado y motivado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Disciplina</li> <li>▪ Autoridad y responsabilidad</li> <li>▪ Equidad</li> <li>▪ Remuneración</li> </ul>	<p><b>18,19,20,21,22</b></p>

## CAPITULO IV

### PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo se presentan los resultados obtenidos a través de la aplicación del cuestionario como método de recolección de datos, elaborados de manera absoluta y porcentual, con el objeto de realizar un análisis profundo y correcto.

Dentro del cuestionario, se encuentra preguntas que en su contenido existen más de una alternativa.

Por otro lado, la presentación y análisis de los resultados de este estudio se realizaron en función de cada uno de los objetivos específicos, que a su vez, permiten desarrollar las conclusiones y recomendaciones.

**CUADRO N° 1.**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL PERSONAL ACERCA DE LA SEGURIDAD QUE EVENTUALMENTE LE BRINDA A LOS VEHÍCULOS**

Categorías	FA.	%
<b>Excelente</b>	<b>4</b>	<b>100</b>
<b>Buena</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Regular</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Mala</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<i>Total</i>	<i>4</i>	<i>100</i>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. Febrero, 2006

El cuadro N° 1 muestra la opinión de los encuestados respecto a la seguridad que eventualmente le brinda a los vehículos, del cual un 100% afirmo tener una excelente seguridad eventual. Sin embargo las otras alternativas no las consideraron.

En NATIONAL Motor, cada empleado se dedica a tiempo completo a la prestación del servicio que implican las garantías de seguridad que eventualmente son necesarias para satisfacer las necesidades automotrices e integrales del vehículo; Garantizando al usuario, paz, seguridad y tranquilidad. Estas premisas están directamente enmarcadas en la reparación, reposición o cancelación total del valor garantizado de los vehículos.

Es importante resaltar que una excelente seguridad permite un crecimiento productivo en la empresa, además contribuye a incrementar la cantidad de clientes. La empresa cuenta con una tecnología de punta y un personal altamente calificado, el cual ayuda a dispensar una pronta y oportuna respuesta y, por ende representa un aspecto positivo y proporcional al prestigio que tiene la empresa.



**CUADRO N° 2.**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DEL MECANISMO DE REPARACIÓN Y**  
**REPOSICIÓN QUE SE REALIZA A LOS VEHÍCULOS.**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Necesario	3	75
Suficiente	1	25
Innecesario	0	0
Mala	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. Febrero, 2006

El cuadro N° 2 muestra la opinión de los encuestados respecto al mecanismo de reparación y reposición que se realiza a los vehículos, del cual el 75% identifica que es necesaria la reparación y reposición de los vehículos, no obstante el 25% de los encuestados reconoce que es suficiente.

La reparación y reposición es una garantía que se avoca a la protección integral del vehículo. Dicha garantía esta directamente orientada a:

- El valor del vehículo.
- Reparación de daños propios.
- Descuentos en partes automotrices y repuestos.
- Restitución del vehículo.
- Los daños ocasionados a terceros.
- Asistencia en viajes. Implica auxilio vial, grúas y traslados.

Aquí se puede notar claramente que reparar y reponer los vehículos representa una premisa directamente orientada a satisfacer necesidades automotrices, contando con tecnología de punta y un personal altamente calificado, hacen de la empresa una imagen potencial y con amplia cobertura en el mercado, ocupando una posición de relevancia en servicios integrales automotrices que puede servir de referencia para otras empresas del mismo campo.

**CUADRO N° 3**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LA IMPORTANCIA QUE TIENE LA ATENCIÓN**  
**AL CLIENTE.**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Mucha	4	100
Poca	0	0
Ninguna	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp Inc. Febrero 2006.

El cuadro N° 3 muestra la opinión de los encuestados respecto a la importancia que tiene la atención al cliente, del cual un 100% le dan mucha importancia a la atención que se le debe ofrecer al cliente.

La empresa proporciona una atención representativa de la imagen que posee como organización responsable; Asumiendo que el cliente representa existencia y continuidad de sus operaciones comerciales. El cliente es atendido al acudir a la empresa, también mediante el servicio Call Center se pueden coordinar citas telefónicas para conocer datos de gran utilidad, además, las centrales de asistencia pueden desarrollar programas de telemarketing.

De lo anteriormente expuesto, vislumbra que la empresa posee un gran concepto en cuanto al trato justo y al cumplimiento con el cliente, posee tanto personal como tecnología de altura y ajustada a los nuevos cambios en tiempos de globalización; lo cual, contribuye a superar las expectativas en cuanto a rentabilidad, calidad y entrega oportuna propias de la empresa.

**CUADRO N° 4**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LA CREDIBILIDAD QUE HA GENERADO A**  
**LOS CLIENTES LA ÉTICA REFLEJADA.**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Mucha	4	100
Poca	0	0
Ninguna	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp Inc. Febrero 2006.

El cuadro N° 4 muestra la opinión de los encuestados respecto a la credibilidad que ha generado a los clientes la ética reflejada, del cual un 100%, considera que la ética reflejada por la empresa ha generado mucha credibilidad a los clientes.

La ética representa el estudio del comportamiento moral del hombre en sociedad; los negocios no escapan de este comportamiento ya que, es un elemento esencial para el cumplimiento de las actividades que realizan las empresas y que permiten tener unos principios con sentido de respeto, honestidad e integridad para el desempeño armonioso de las tareas que emprenden los negocios.

Aquí se puede ver claramente que el personal administrativo y operativo poseen rasgos éticos y por ende, genera credibilidad a los clientes, además, es necesario enfatizar que la ética reflejada por la empresa señala principios morales que definen lo que es correcto. Por esta razón, se sugiere que el personal conozca la importancia que debe tener la ética. Ello, repercute en el desempeño y la proyección de National Motor Corp. Inc.

Maturín Estado Monagas. Así como también la calidad del servicio que se ofrece en el ámbito nacional.

**CUADRO N° 5**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DEL GRADO DE IMPORTANCIA QUE SE LE DA AL**  
**CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Alto Grado	4	100
Mediano Grado	0	0
Bajo Grado	0	0
Ningún Grado	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. Febrero, 2006

El cuadro N° 5 muestra la opinión de los encuestados respecto al grado de importancia que se da al cumplimiento de contrato, del cual un 100%, considera que la empresa le da un alto grado de importancia al cumplimiento del contrato.

El contrato representa un pacto que obedece a formalidades entre personas, en virtud del cual se obligan recíprocamente; por ende, llevarlo a efecto o cumplir con éste es una obligación que refleja aplicación ética en las operaciones comerciales de la empresa. En este sentido, es un ejemplo a seguir por otros negocios la posición asumida por la empresa al otorgarle un alto grado de importancia a dicho cumplimiento de contrato.

**CUADRO N° 6.  
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL  
PERSONAL ACERCA DE LA FRECUENCIA CON LA QUE SE DEBE  
LLEVAR LA HONESTIDAD.**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Siempre	4	100
Casi Siempre	00	0
Nunca	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. Febrero, 2006

El cuadro N° 6 muestra la opinión de los encuestados respecto a la honestidad, del cual el 100% considera que es una virtud que siempre debe llevar el personal de la empresa.

La honestidad evidencia decencia y compostura ante las actividades a ejecutar por cada miembro, su comportamiento estará ligado a la excelencia y garantía que generara la participación continúa del personal en las operaciones comerciales de la empresa. Este valor ha de ser una fortaleza de vital importancia y un ejemplo a seguir en la lucha por una mejor sociedad y consolidación de la organización.

**CUADRO N° 7.**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LA INFLUENCIA QUE TIENE LA JUSTICIA EN**  
**LA ÉTICA.**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Siempre	4	100
Casi Siempre	0	0
Nunca	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. Febrero, 2006

El cuadro N° 7 muestra la opinión de los encuestados respecto a la influencia que tiene la justicia, del cual el 100% considera que ésta es un factor que siempre influye en la ética de la empresa.

La justicia es la representación de equidad y rectitud. La honradez que pueda mostrar el personal de una empresa constituye éxito comercial y firmeza en el desempeño laboral.

Es importante recalcar que la justicia representa un factor que concibe ética en la empresa, por ende, la rectitud que muestra el personal es símbolo de conducta moral y genera crecimiento individual y colectivo.



**CUADRO N° 8**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LA INFLUENCIA QUE TIENE LA CALIDAD**  
**MORAL SOBRE LAS DECISIONES ÉTICAS.**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Siempre	4	100
Casi Siempre	0	0
Nunca	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. febrero ,2006

El cuadro N° 8 muestra la opinión de los encuestados respecto a la influencia que tiene la calidad moral sobre las decisiones éticas, del cual un 100% sostiene que la calidad moral es un factor que siempre influye en las decisiones éticas de la empresa.

La calidad moral es un factor de conciencia personal que esta directamente relacionado con el entendimiento y apreciación de las situaciones; Los miembros de la organización acudirán a su calidad moral para tomar decisiones con el uso de la conciencia..

La puesta en marcha de la calidad moral es un criterio propio de cada organización, pero es recomendable la búsqueda de una calidad moral que siempre tenga influencia en las decisiones éticas para determinar lo moralmente aceptado y necesario para la organización; por lo tanto, se considera acertada la alternativa seleccionada por el personal encuestado.

**CUADRO N° 9**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DEL GRADO DE PREOCUPACIÓN POR LA ÉTICA.**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Alto Grado	3	75
Mediano Grado	1	25
Bajo Grado	0	0
Ningún Grado	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. Febrero, 2006

El cuadro N° 9 muestra la opinión de los encuestados respecto al grado de preocupación por la ética, del cual el 75% creen que existe un alto grado de preocupación por la ética, sin embargo un 25% le otorga un mediano grado.

La ética representa una línea que limita y diferencia lo que debe ser y lo que no; Por ende, las empresas deben preocuparse por su aplicación si realmente desean ser competitivas.

La preocupación por la ética en la empresa es considerada de un alto grado para los empleados de tal manera que el personal brinda una guía de conducta fundamental para el logro de las metas propuestas sobre todo en la empresa Nacional Motor Corp. Inc, Sin embargo, los resultados arrojados en este cuadro evidencia una proporción de mediano grado con respecto a este punto, esto puede poner en entre dicho la imagen de la empresa, por lo tanto se debe buscar la forma de promoverlo.

**CUADRO N° 10**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LOS VALORES ÉTICOS PRESENTES EN EL**  
**ÁREA ADMINISTRATIVA.**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Responsabilidad	3	20
Lealtad	1	7
Cortesía	1	7
Prudencia	0	0
Respeto	2	13
Justicia	1	7
Tolerancia	1	7
Equidad	2	13
Honestidad	2	13
Solidaridad	2	13
Inteligencia	0	0
Meritocracia	0	0
Ninguno	0	0
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. Febrero, 2006

El cuadro N° 10 muestra la opinión de los encuestados respecto a los valores éticos presentes en el área administrativa de la empresa, del cual la responsabilidad es predominante con un 20%. Seguidamente, el respeto, la equidad, la honestidad y la solidaridad con 13%. La cortesía, la lealtad, la justicia, la tolerancia, continúan descendientes con un 7% y por ultimo, en la escala se señala la prudencia, la inteligencia, la meritocracia y ninguna de las anteriores mencionada con un 0% respectivamente.

Los valores éticos contribuyen en el campo organizacional a realzar y guiar las acciones y elecciones individuales. Por eso, el gerente busca manejar el clima ético, resolviendo la manera en como dichos valores

pueden participar en el negocio. Por consiguiente, la empresa debería considerar propósitos de responsabilidad dirigido a la consecución de valores éticos de sus miembros y su ambiente, porque la responsabilidad esta presente en la empresa como principio fundamental e impacta en la actuación de los grupos que la integran además de los valores resaltantes.

Existe cierto grado, de respeto, equidad, honestidad y solidaridad en la empresa, además estos valores en el entorno laboral son primordiales, para el desempeño personal así como también la imagen y credibilidad de la misma.

En cuanto la lealtad, la cortesía, la justicia, y tolerancia también resultan beneficiosa, porque evita que se produzcan dificultades en las relaciones interpersonales del área de trabajo, además es necesario rescatar a un más estos valores para que exista armonía y contribuya a una mejor comunicación, lo cual es fundamental para el logro de las metas propuestas.

Sin embargo, el resultado arrojado en este cuadro evidencia una proporción que no tiene ningún porcentaje con respecto a estos valores, la prudencia, inteligencia y meritocracia, esto puede poner en entredicho la imagen de la empresa.

**CUADRO N° 11**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LA CONFIANZA.**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Siempre	4	100
Casi Siempre	0	0
Nunca	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. febrero ,2006

El cuadro N° 11 muestra la opinión de los encuestados respecto a la confianza que existe en el personal, del cual el 100% considera que siempre debe existir.

La confianza es una seguridad que debe estar presente en las empresas de forma individual y colectiva, además los gerentes deben pensar que tanto ellos, como los empleados poseen la posibilidad de alcanzar la metas.

Tomando en consideración que el valor de confianza se encuentra presente en el personal estudiado es evidencia de un aspecto positivo para la empresa.

**CUADRO N° 12**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LA LEALTAD**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Siempre	3	75
Casi Siempre	1	25
Nunca	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. febrero ,2006

El cuadro N° 12 muestra la opinión de los encuestados respecto de como debe ser la lealtad el cual 75% creen que debe ser para siempre, mientras que el 25% considera que debe ser casi siempre.

La lealtad, es un valor para las organizaciones que anteriormente fue cultivado a plenitud; al punto que los trabajadores llegaron a mirar a través de los ojos de la empresa, ocupando así un valor organizacional; esto era por los benéficos ofrecidos es decir, la empresa daba mucho y a cambio exigía lealtad de varias maneras; aunque actualmente toma otro significados por los cambios ocurridos en el compromiso de la empresa con el trabajador. Estos a cambios de la contribución del desarrollo y al crecimiento que sea significativo al éxito de la misma.

De la misma manera, existe una diferencia entre siempre y casi siempre, en la organización, lo más importante que existe allí un sentido de pertenencia e identificación con ella lo que es favorable, ya que sus miembros piensa así se sentirán comprometido eficientemente en sus tarea dentro de la empresa, y procuraran prestar un mejor servicio; incrementando así su nivel de empleabilidad. Sin embargo, existe un número minutorio que

manifiesta lo contrario, lo que presume disyuntivas en el ambiente laboral por no sentirse identificado plenamente con la empresa

**CUADRO Nº 13.**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LO QUE SIGNIFICA CUMPLIR UN**  
**COMPROMISO**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Un deber	3	75
Un deseo	1	25
Otros	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. febrero ,2006

Según la información recopilada de los encuestados respecto a lo que significa cumplir un compromiso, se puede observar que existe un deber que esta afianzado por el 75%, lo contrario ocurre con el 25% , pues considera que es un deseo.

Es importante resaltar que una persona comprometida, es aquella que cumple con sus obligaciones haciendo un poco mas de lo esperado al grado de sorprender a las demás personas. Además el hecho de aceptar formalmente un compromiso, hace suponer que se conocer todos los aspectos y alcances. Por tal razón, repercute en el crecimiento productivo de la empresa y al mismo tiempo, cumplir un compromiso esta relacionado con la ética gerencial y se vincula con la obligatoriedad de los niveles estratégicos en adoptar decisiones y guías políticas de las mismas en vista de contribuir con el bienestar e interés de la organización.

Tomando en consideración los resultados del personal estudiado, el deber prevalece como la razón para que se le de el cumplimiento eficiente de los labores asumido además, este compromiso denota las característica de



obligatoriedad. No obstante, la otra parte del personal considera lo planteado como un deseo, esta en contraposición de la ética que se fundamenta en el deber.

**CUADRO N° 14**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LA CREACIÓN DE UN CÓDIGO DE ÉTICA.**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Necesario	3	75
Innecesario	0	0
Apremiante	1	25
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. febrero ,2006

El cuadro N° 14 muestra la opinión de los encuestados respecto a la creación de un código ético del cual 75% considera necesario, mientras que el 25% cree que es apremiante.

Los códigos éticos en la empresa se consideran como un factor simplificador puesto que expresan y describen las normas éticas que se han de cumplir; con el propósito de facilitar los procesos de trabajos honestamente. Además su uso es particularmente útil con el que tratan conflictos de interés.

Por consiguiente, la creación del instrumento ya mencionado puede aportar una alternativa para dilucidar un tema tan complejo como el abordado. Es por ello, que no se trata de elaborarlo, sino de internalizarlo y proyectarlo a través de las acciones diarias del trabajo

**CUADRO Nº 15.**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LOS VALORES PROPIOS**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Objetivo	4	100
Valiente	0	0
Intelectual	0	0
No Intelectual		
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. febrero ,2006

El cuadro Nº 15 muestra la opinión de los encuestados respecto a los valores propios del cual el 75% se considera una persona objetiva, sin embargo el 25% se creen valientes.

Para empezar, los valores propios del ser humano se afianza en la vida a través de sus acciones, además cada hombre y mujer posee algún tipo de valor que ordena su vida, es decir, los valores constituyen un principio de conducta, se nutren de fortalecen o decaen en el transitar del ser humano. Por lo tanto el individuo piensa y planifica su vida, aunque no lo hagan de una manera conciente.

Actualmente, en la empresa National Motor Corp. Inc., el ser objetivo es el más predominante, mientras el valiente lo considero un solo individuo de la población estudiada, esto evidencia que cada individuo se presenta con sus propios valores, de una manera diferente.

**CUADRO N° 16**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DEL CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES Y**  
**RESPONSABILIDADES RELACIONADA CON LA ÉTICA**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Siempre	3	75
Casi Siempre	1	25
Nunca	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. febrero ,2006

El cuadro N° 16 muestra la opinión de la población en estudio respecto al cumplimiento de la funciones y responsabilidades relacionada con la ética, del cual el 75% considero que siempre, mientras que un 25% señala casi siempre.

Las funciones y responsabilidades juegan un papel muy importante de innegable protagonismo dentro de la ética, ya que los empleados deben manifestar un comportamiento ético en la empresa es decir, que debe reflexionar mucho en cualquier decisión que se le presente, además la empresa tiene diferentes funciones en cada departamento y depende de los valore éticos como la responsabilidad de su personal.

Bajo esta premisa, se puede deducir que siempre es primordial cumplir con la funciones de la empresa National Motor Corp. Inc. como un concepto verdadero de responsabilidad, reflejando así un beneficio basado en los principios éticos. No obstante, una sola persona considera casi siempre, esto en contraposición a la ética que se fundamenta siempre

**CUADRO N° 17**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DEL GRADO DE IMPORTANCIA QUE TIENE EL**  
**CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Alto Grado	4	100
Mediano Grado	0	0
Bajo Grado	0	0
Ningún Grado	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. Febrero, 2006

El cuadro N° 17 muestra la opinión de los encuestado respecto al grado de importancia que tiene el cumplimiento de sus funciones y responsabilidades del cual el 100% considera un alto grado.

Para cumplir las funciones dentro de la empresa se debe mostrar un desempeño satisfactorio con grado de responsabilidad en los miembros. En otras palabras una empresa próspera, tendrá recurso suficiente para alcanzar sus objetivos mediante la división de funciones apropiadamente en el personal, pero sin obviar la responsabilidad que debe tener en buscar un equilibrio que responda tanto a la peticiones de los accionistas como a la sociedad en general.

Es importante resaltar el grado que tiene el personal para cumplir sus funciones y responsabilidades dentro de la empresa Nacional Motor Corp, Inc; de hecho solicita orientación cada vez que surja interrogante y denuncia violaciones además, se puede notar que dicho cumplimiento son de todas las persona sea cual fuera su cargo

**CUADRO N° 18.**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DEL CONOCIMIENTO QUE TIENE EN TORNO A LA**  
**DISCIPLINA**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Suficiente	4	100
Regular	0	0
Escaso	0	0
Ninguno	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. Febrero, 2006

El cuadro N° 18 muestra la opinión de los encuestados respecto al conocimiento que tiene en torno a la disciplina del cual 100% manifiesta que es suficiente.

La disciplina no es más que un valor fundamental en una empresa, porque tiene que respetar las reglas y los acuerdos que rigen la organización. Según Vera (1979) **“La disciplina es el resultado de líderes buenos en todos los estratos de la organización”**. (p.13)

El personal estudiado muestra un suficiente conocimiento en torno a la disciplina ya que la empresa muestra un orden y unos lineamientos para poder lograr más rápidamente los objetivos deseados

**CUADRO N° 19.**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD QUE TIENE LA**  
**GERENCIA**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Siempre	4	100
Casi Siempre	0	0
Nunca	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. febrero ,2006

El cuadro N° 19 muestra la opinión de los encuestados respecto a la responsabilidad que tiene la gerencia del cual el 100% cree que es siempre.

La responsabilidad es un valor ético que debe estar presente siempre en la empresa. Los gerente especifican claramente la modalidad de actuación que deben ser desarrolladas a diferentes niveles por los miembros de la empresa además, deben identificar los valores mas relevantes y necesario que tenga que ver efectivamente con la manera como se hacen las cosas en un área especifica.

Podemos observar, que la gerencia siempre es responsable con la empresa muestra que equilibra las metas propuestas y fijan prioridades y sobre todo cambia de papel cuando así lo exija la circunstancia.

**CUADRO N° 20**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL SOBRE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LA AUTORIDAD SUFICIENTE QUE EJERCE LA**  
**GERENCIA.**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Siempre	3	75
Casi Siempre	1	25
Nunca	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. febrero ,2006

El cuadro N° 20 muestra la opinión de los encuestados respecto a la autoridad suficiente que ejerce la gerencia.

Los gerentes utilizan una mayor parte de su autoridad oficial para lograr la cooperación de sus subordinados. También, se basa en sus conocimientos o dote de liderazgo, además el grado en que los gerentes delegan autoridad recibe la influencia de factores como la cultura de la organización, la situación del momento las relaciones, personalidades y capacidades de quiénes intervienen en la delegación. Hay muchos factores de contingencia que los gerentes habrán de tener en cuenta al decidir qué delegar y en qué medida, pero existe alguna pauta básica que se aplica a las generalidades de la situación

Por lo tanto el gerente siempre debe tener autoridad firme para proponer los objetivos y alcanzarlos. Además, de cultivar sueños y hábitos hacia el trabajo. Es por eso que la imagen de o gerente debe ser emprendedora llena de energía, fuerza y vitalidad una forma de ser propia y natural



**CUADRO N° 21.  
DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA OPINIÓN DEL  
PERSONAL ACERCA DEL TRATO QUE LE DA EL ÁREA  
ADMINISTRATIVA**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Siempre	4	100
Casi Siempre	0	0
Nunca	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. febrero ,2006

El cuadro N° 21 muestra la opinión de los encuestados respecto al trato que le da el área administrativa del cual el 100% considera que siempre.

Todo individuo debe merecer un trato amable y justo ya que es una conducta que se construye nuestra vida, además siempre los empleados deben exigir respeto así como otras virtudes y valores que le permiten dar a cada semejante lo que se merece.

Por lo tanto, siempre el área administrativa da a los empleados un trato justo y amable de hecho, esto, le trae un beneficio a la empresa ya que ellos se sienten comprometidos en el trabajo.

**CUADRO N° 22.**  
**DISTRIBUCIÓN ABSOLUTA Y PORCENTUAL DE LA OPINIÓN DEL**  
**PERSONAL ACERCA DE LA INFLUENCIA QUE TIENE LA ÉTICA EN LA**  
**REMUNERACIÓN**

<b>Categorías</b>	<b>FA.</b>	<b>%</b>
Siempre	3	75
Casi Siempre	1	25
Nunca	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado al personal administrativo y operativo de la empresa National Motor Corp. Inc. febrero ,2006

El cuadro N° 12 muestra la opinión de los entrevistados respecto a la influencia que tiene la ética en la remuneración en el cual 100% considera casi siempre.

La vinculación de la remuneración con la ética tiene repercusiones sobre los aspectos del comportamiento del trabajador distinto del esfuerzo que realiza. Además, la remuneración beneficia al trabajador, cuando se aplica con equidad y en condiciones favorables. También, de contar con sencillez y transparencia en la administración y velar porque los empleados sean considerados equitativos.

Es importante resaltar, que la remuneración es un factor retribuido del trabajador, mediante la opinión de los entrevistados muestra que casi siempre influye con la ética; ya que el salario debe ser justo, además, debe reconocer el rendimiento personal de cada empleado. Es por eso, que se respeta a las personas mostrándole abiertamente que se les cuida y se les reconocen su fuerza y contribuciones con la empresa.

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIONES**

Una vez culminada esta investigación, y luego de un exhaustivo análisis de innumerables documentos que hicieron posibles la realización de este trabajo, las conclusiones con relación a los objetivos planteados se muestra a continuación:

- 1) La seguridad que garantiza eventualmente la empresa a los vehículos es excelente, teniendo como punto de partida que cada empleado se dedica a tiempo completo en las labores de prestación de servicio.
- 2) En la empresa el mecanismo de reparación y reposición es necesario para los vehículos, ya que esta avocada ala protección integral del mismo.
- 3) Una de las prioridades que tiene el personal administrativo y operativo es la atención del cliente, ellos dan su máximo esfuerzo por el bienestar de la empresa, creando así una fuerte ventaja competitiva fundamentada en los valores y principios éticos.
- 4) La organización refleja su conducta a los cliente que forman parte, es decir, para generar credibilidad debe mantenerse en el mercado, están dispuesto a crecer, adquirir nuevas tecnología, todo estos sin olvidar la ética que estar presente en cada uno de los aspectos en los cuales la empresa realizan sus actividades para alcanzar sus objetivos.
- 5) Para el personal (tanto administrativo como operativo) el contrato de servicio de garantía tiene un alto grado de importancia para ejecutarlo, debe ser de manera eficiente cada uno de los pasos como lo son: el

valor de un vehículo, reparación de daños propios los daños causados a tercero y otros.

- 6) La honestidad es una de las virtudes es que siempre cada uno de los individuos que forman parte de esta empresa para así alcanzar la plenitud como ser humano.
- 7) La justicia y la calidad moral, son normas que influyen en las decisiones éticas de la empresa. Generalmente, los empleados actúan con disciplina, y establecen un límite.
- 8) Por otro lado, tenemos el grado de preocupación por la ética, porque se encarga de la conducta humana, su origen se remonta desde las personas que viven en la comunidad. Es uno de los puntos más importantes a considerar en todo los aspectos de la vida, partiendo del hecho de que una persona sin normas morales ni ética, jamás podrá alcanzar por completo sus objetivos y metas.
- 9) Los valores organizacionales identifican las prioridades claves para que la organización prospere y se origine una base estable sobre la cual tomen decisiones y se ejecuten las acciones, además motivan al personal de la organización para que den su máximo rendimiento por el bienestar de la misma.
- 10) La empresa necesita asegurar cierto grado de criterios éticos relevante, con los que se van a juzgar las decisiones, por ello, para el personal es necesario utilizar el código ético.
- 11) Cuando se trata de valores, cada individuo debe formar parte de ellos, además se considera que para el cumplimiento de sus funciones y responsabilidades se deben poseer ciertos valores éticos para el crecimiento y desarrollo tanto en la parte interna como en el entorno de la empresa.

12) En las organizaciones los gerentes diariamente toman decisiones y ejecutan acciones que tienen consecuencia para todos los individuos las entidades que representan y los clientes para los cuales sirven. Para esto es necesario tener estándares éticos bien desarrollados los cuales deben ser aplicados en la empresa en la cual trabaja.

## 5.2 RECOMENDACIONES

Una vez expuesta las conclusiones de la investigación y con el fin de que se mejoren las debilidades encontradas, se recomienda lo siguiente:

1. Se aconseja mantener los valores éticos predominantes (responsabilidad, justicia, honestidad y respeto) y reforzar aquellos que tienen la misma importancia (lealtad, inteligencia, meritocracia) para que exista un equilibrio; de ello, depende el ideal funcionamiento de las relaciones laborales.
2. Se le sugiere a la empresa National Motor Corp Inc; seleccionar candidatos que consideren apropiados para prestar su servicio, sin obviar sus principios éticos.
3. Es necesario que el gerente estimule actitudes y conducta ética, observadas o demostradas en las diferentes actividades laborales, con el fin de reforzar y propiciar el reconocimiento y la imitación de la misma.
4. La empresa National Motor Corp Inc; debe continuar con la aplicación de los valores éticos existentes en el personal administrativo y operativo.
5. Crear un Código de Ética que se ajuste a los requerimientos de la ley y las necesidades de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

**ANDER-EGG, E: Técnica de Investigación Social.** Decimonovena Edición. Editorial Hvmantatas. Buenos Aires.1982.

**BOLIVAR, A: Los Contenidos Actitudinales de la Reforma Problema y Propuestas.** Editorial Escuela española, S.A.1992.

**BALKIN, D: Administración.** Mc Graw – Hill, España 2003.

**CHIAVENATO, A: Comportamiento Organizacional.** 5ta Edición. Editorial Internacional Thomson Copyright. México. D.F.2004.

**Diccionario de la Real Academia Española.** (Vigésima Edición) Editorial Espasa. Calpe, C.A, 1994.

**GARCIA, O: Metodología de la Investigación,** Maturín U.D.O, 2001

**IZQUIERDO, C: El Mundo de los Valores.** Venezuela, Editorial. Torino.1998

**KOONTZ, H: Administración.** Mc Graw- Hill. México. 2004

**PORRA, J: Valores Esenciales para la Vida en Familia y en la Comunidad.** 1era Edición. Concejo Nacional de la cultura. 2004.

**ROBBINS, S: Comportamiento Organizacional.** Editorial .Prentice Hall. Hispanoamericana, México.1991.

**SABINO, C: El Proceso de Investigación.** Editorial. Panapo de Venezuela. Caracas. 1992.

**SANTANA, L: Ética y Docencia.** FEDEUPEL, Caracas. 2000.

**STONER, J: Administración.** 6ta Edición. Editorial. Prentice Hall. México. 1996.

**TORCAT, O: Concepto y Términos Básicos Relacionados con la Administración de Empresa.** w w w gestiopolis.com. Noviembre 2005.

**VALENZUELA, G: Ética.** Mc Graw Hill. DF. México.2000.

**VERA, E: ¿Qué es una Organización?** Editorial. Panapo de Venezuela. Caracas.1992

[http:// www.abb.com/global/arabb/arabb100.nsf](http://www.abb.com/global/arabb/arabb100.nsf)

[http:// www.femsa.com/etica.asp?id=6](http://www.femsa.com/etica.asp?id=6)

[http:// www.acerprojet.org/main/espanol/em/em20.htm](http://www.acerprojet.org/main/espanol/em/em20.htm)

[http:// www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/](http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/)



# **ANEXOS**

**UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN  
NÚCLEO DE MONAGAS**



**“Análisis de La Ética en las Operaciones Comerciales de la  
Empresa National Motor Corp. Inc. Maturín Estado Monagas”**

**INSTRUCCIONES**

Los datos suministrados por su persona se trataran de forma anónima y confidencial, se le recomienda que las respuestas sean lo más objetivas posible, para lograr la factibilidad que requiere este cuestionario:

1.- Lea cuidadosamente cada una de las preguntas formuladas, especialmente las abiertas, las cuales deben ser respondidas de forma breve.

2.- Encontrará preguntas con una serie de alternativas, marque con una equis (x) la repuestas que más se ajuste a su opinión.

Agradecemos su colaboración.

## CUESTIONARIO.

1.) **¿Cómo considera Ud. la seguridad que eventualmente le brinda a los vehículos la empresa**

a.- Excelente \_\_\_\_\_

b.- Buena \_\_\_\_\_

c.- Regular \_\_\_\_\_

d.- Mala \_\_\_\_\_

2.) **Cree Ud. que el mecanismo de reparación y reposición que realiza la empresa a los vehículos es:**

a.- Necesario \_\_\_\_\_

b.- Suficiente \_\_\_\_\_

c.- Innecesario \_\_\_\_\_

d.- Insuficiente \_\_\_\_\_

3.) **¿Qué importancia tiene para la empresa la atención al cliente?**

a.-Mucha \_\_\_\_\_

b.-Poca \_\_\_\_\_

c.-Ninguna \_\_\_\_\_

4.) **¿Cree Ud. que la ética reflejada por la empresa ha generado credibilidad a los clientes?**

a.-Mucha \_\_\_\_\_

b.- Poca \_\_\_\_\_

c.-Ninguna \_\_\_\_\_

5.) **¿Qué grado de importancia le da Ud. al cumplimiento de un contrato?**

a.-Alto grado \_\_\_\_\_

b.-Mediano grado \_\_\_\_\_

c.-Bajo grado \_\_\_\_\_

d.-Ningún grado \_\_\_\_\_



**11.) ¿Cree Ud. que existe confianza entre el personal que labora en la empresa?**

a.-Siempre\_\_\_\_\_ b.-Casi siempre\_\_\_\_\_ c.-Nunca\_\_\_\_\_

**12.) Considera Ud. que su lealtad con la empresa debe ser:**

a.-Siempre \_\_\_\_\_ b.-Casi siempre\_\_\_\_\_ c.- Nunca\_\_\_\_\_

**13.) Cumplir un compromiso es para Ud.**

a.-Un deber\_\_\_\_\_ b.- Un deseo\_\_\_\_\_ c.- otros\_\_\_\_\_

**14.) La creación de un código ético en la empresa es para Ud.**

a.- Necesario\_\_\_\_\_ b.-Innecesario\_\_\_\_\_ c.-Apremiante\_\_\_\_\_

**15.) ¿Cuáles de estos valores son propios de Ud. como persona?**

Valiente		Intelectual	
Objetivo		No independiente	
Ninguno			

**16.) ¿Considera Ud. que el cumplimiento de su funciones y responsabilidades forman partes de la ética de la empresa?**

a. Siempre \_\_\_\_\_ b. Casi Siempre \_\_\_\_\_ c. Nunca \_\_\_\_\_

**17.) ¿Qué grado de importancia tiene para Ud. el cumplimiento de sus funciones y responsabilidades?**

a.- Alto grado\_\_\_\_\_

b.-Mediano grado \_\_\_\_\_

c.-Bajo grado

d.- Ningún grado \_\_\_\_\_

**18.) ¿Que conocimiento que tiene Ud. en torno a la disciplina?**

a.-Suficiente\_\_\_\_\_

b.-Escaso\_\_\_\_\_

C.-Regulares\_\_\_\_\_

d.-Nulo\_\_\_\_\_

**19.) ¿Considera Ud. responsable a la gerencia de esta empresa?**

a.- Siempre\_\_\_\_\_

b.-Casi siempre\_\_\_\_\_

c.-Nunca\_\_\_\_\_

**20.) ¿Cree Ud. que la gerencia ejerce suficiente autoridad en la empresa?**

a.-Siempre\_\_\_\_\_

b.-Casi siempre\_\_\_\_\_

c.-Nunca\_\_\_\_\_

**21.) ¿Cree Ud. que el personal Administrativo debe ser amable y justo con sus empleados?**

a.-Siempre\_\_\_\_\_

b.-Casi siempre\_\_\_\_\_

c.- Nunca\_\_\_\_\_

**22.) ¿Cree Ud. que la remuneración es un factor que puede influir en la ética?**

a.-Siempre\_\_\_\_\_

b.-Casi siempre\_\_\_\_\_

c.- Nunca\_\_\_\_\_