



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES,
EDUCACIÓN Y HUMANIDADES**

CARRERA DE RELACIONES PÚBLICAS

**Buenas prácticas éticas empresariales de las 100
empresas del Ecuador con mejor reputación del 2022**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN RELACIONES PÚBLICAS

Autor: Maldonado Sucunuta, Danny David

Director (a): Abendaño Ramírez, Mónica Elizabeth

LOJA – ECUADOR

2023



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2023

Aprobación del director del Trabajo de Titulación

Loja, 20 de marzo de 2023

Mgtr.

Johana Raquel Córdova Camacho

Directora de la carrera de Relaciones Públicas

Ciudad.-

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de director del presente Trabajo de Titulación denominado: Buenas prácticas éticas empresariales de las 100 empresas del Ecuador con mejor reputación del 2021, realizado por Danny Maldonado ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional, y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. En virtud de ello, y por considerar que el mismo cumple con todos los parámetros establecidos por la Universidad, doy mi aprobación a fin de continuar con el proceso académico correspondiente.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Director: Mónica Elizabeth Abendaño Ramírez, Mgtr.

C.I.: 1102807201

Correo electrónico: mabendano@utpl.edu.ec

Declaración de autoría y cesión de derechos

Yo, Danny David Maldonado Sucunuta, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente:

Ser autor del Trabajo de Titulación denominado: Buenas prácticas éticas empresariales de las 100 empresas del Ecuador con mejor reputación del 2021, específicamente de los contenidos comprendidos en el Trabajo de Titulación: Introducción, Capítulo 1. Ética Empresarial, Capítulo 2. Cultura Ética Empresarial, Capítulo 3. Buenas Prácticas Éticas Empresariales, Capítulo 4. Metodología, Conclusiones y Recomendaciones, siendo Mónica Elizabeth Abendaño Ramírez, directora del presente trabajo; también declaro que la presente investigación no vulnera derechos de terceros ni utiliza fraudulentamente obras preexistentes. Además, ratifico que las ideas, criterios, opiniones, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad. Eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones judiciales o administrativas, en relación a la propiedad intelectual de este trabajo.

Que la presente obra, producto de mis actividades académicas y de investigación, forma parte del patrimonio de la Universidad Técnica Particular de Loja, de conformidad con el artículo 20, literal j), de la Ley Orgánica de Educación Superior; y, artículo 91 del Estatuto Orgánico de la UTPL, que establece: "Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad", en tal virtud, cedo a favor de la Universidad Técnica Particular de Loja la titularidad de los derechos patrimoniales que me corresponden en calidad de autor/a, de forma incondicional, completa, exclusiva y por todo el tiempo de su vigencia.

La Universidad Técnica Particular de Loja queda facultada para ingresar el presente trabajo al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, en cumplimiento del artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

.....

Autor: Danny David Maldonado Sucunuta

C.I.: 1150037594

Correo electrónico: ddmaldonado@utpl.edu.ec

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo lo dedico especialmente al ser omnipotente y lleno de misericordia que siempre ha sido fiel conmigo al cumplir sus promesas sin dejarme desamparado ni un instante a lo largo de mi vida, a Dios, ya que sin su gracia y bendición no me encontraría en este momento tan trascendental; así mismo a mi amada madre Gloria que con su amor, paciencia y esfuerzo, me ha incentivado para ser cada día un mejor hombre; a mis hermanas Nathaly, Anghely, Laddy y a mi sobrino Josué, que durante el transcurso de este caminar formativo me han sabido incentivar y apoyar incondicionalmente para consolidar mi propósito. Finalmente, a todos quienes me han animado y acompañado en esta enriquecedora etapa fomentando mi carácter e impulsándome para poder llegar a la meta de tener una profesión con vocación.

.

Agradecimiento

A la Universidad Técnica Particular de Loja por abrirme sus puertas para consolidar uno de mis más grandes anhelos en el sentido académico, a Mónica Abendaño por vuestro apoyo, conocimientos y dirección en el trabajo de investigación.

A Johana Córdova directora de la carrera de RR. PP, al estar pendiente en mi proceso de graduación; al reverendo padre Bolívar Calle por su asesoría espiritual, oraciones y ayuda constante. A mi compañera incondicional Marilyn Álvarez y a todos los docentes del Departamento de Comunicación que me brindaron sus enseñanzas durante mis estudios.

Índice de contenidos

Carátula	I
Aprobación del director del Trabajo de Titulación	II
Declaración de autoría y cesión de derechos	III
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Índice de contenidos	VII
Índice de tablas	VIII
Índice de figuras	VIII
Resumen	1
Abstract	2
Introducción	3
Capítulo uno	6
Ética empresarial	6
1.1. Definición de ética empresarial	6
1.2. Fundamentos de la ética empresarial	7
1.2.1. Ética y moral	8
1.2.2. Principios éticos	9
1.3. Niveles de la ética empresarial	10
1.3.1. Nivel Macro	11
1.3.2. Nivel Meso	11
1.3.3. Nivel Micro	12
1.4. Responsabilidad social corporativa	12
Capítulo dos	15
Cultura ética empresarial	15
2.1. Definición de cultura empresarial	15
2.2. La cultura para portar soluciones	15
2.3. Las funciones de la cultura ética empresarial	16

Capítulo tres	18
Buenas prácticas éticas empresariales	18
3.1. La práctica de la ética empresarial	18
3.1.1. Prácticas habituales de ética empresarial	18
3.1.2. Elementos clave de la ética empresarial	21
3.2. Claves para la implementación de la ética empresarial.....	25
3.2.1. Acciones de ética ideales para la empresa	25
3.2.2. La ética empresarial como proceso de cambio	26
3.3. Empresas líderes con mayor reputación en Ecuador	27
Capítulo cuatro	31
Metodología y análisis de resultados	31
4.1. Diseño metodológico	31
4.2. Análisis de datos	32
Conclusiones	42
Recomendaciones	44
Bibliografía	45
Apéndice	47
Apéndice A. Encuesta	47

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Listado del ranking de las 100 empresas con mejor reputación del 2021.....</i>	28
--	-----------

Índice de figuras

Figura 1 <i>Prácticas de ética empresarial más comunes</i>	6
Figura 2 <i>Prácticas de ética empresarial más comunes</i>	11
Figura 3 <i>Ventajas de la aplicación de una gestión de responsabilidad social corporativa...</i>	13
Figura 4 <i>Ejemplos de aplicación de la cultura empresarial en marcas reconocidas del Ecuador.....</i>	16
Figura 5 <i>Funciones de la cultura ética empresarial en una empresa.</i>	17

Figura 6 <i>Objetivos de la aplicación de códigos de ética en empresas empresarial en una empresa.....</i>	18
Figura 7 <i>Elementos clave para gestionar la cultura empresarial desde el punto de vista ético en la empresa.....</i>	22
Figura 8 <i>Sector al que pertenecen las organizaciones.....</i>	32
Figura 9 <i>Número de colaboradores con el que cuentan las organizaciones.....</i>	33
Figura 10 <i>Fomento de la cultura ética empresarial en las organizaciones.....</i>	33
Figura 11 <i>Decisiones en momentos críticos frente a la ética.....</i>	34
Figura 12 <i>Toma de decisiones en momentos críticos frente a la ética.....</i>	35
Figura 13 <i>Áreas en las que con frecuencia se presentan problemas éticos.....</i>	36
Figura 14 <i>Prácticas éticas que se realizan en la empresa.....</i>	36
Figura 15 <i>Responsable de que las prácticas éticas se cumplan en la organización.....</i>	37
Figura 16 <i>Impacto de las prácticas éticas en la empresa.....</i>	38
Figura 17 <i>Valores éticos que se practican consistentemente en la organización.....</i>	39
Figura 18 <i>Práctica del Compliance (cumplimiento de normas) en la empresa.....</i>	40

Resumen

Para conocer las buenas prácticas éticas, se realizó un estudio exploratorio-descriptivo, basado en una metodología de enfoque mixto, dividida en dos etapas. En la primera de carácter cualitativo se aplicó una entrevista a profundidad, y en la segunda se planteó el instrumento de recolección de datos: la encuesta. Se definió la población objeto de estudio, de acuerdo con el ranking Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), considerando una muestra intencional de 20 empresas de Ecuador.

Las conclusiones corroboraron que los valores en el contexto de la organización son la base de la cultura organizacional, que guían su actuar.

Palabras claves: Ética, organizaciones Ecuador, prácticas éticas, cultura ética

Abstract

To know the good ethical practices, an exploratory-descriptive study was carried out, based on a mixed approach methodology, divided into two stages. In the first, of a qualitative nature, an in-depth interview was applied, and in the second, the data collection instrument was proposed: the survey. The population under study was defined, according to the Merco ranking (Business Monitor of Corporate Reputation), considering an intentional sample of 20 companies from Ecuador.

The conclusions corroborated that the values in the context of the organization are the basis of the organizational culture, which guide its actions.

Keywords: Ethics, Ecuador organizations, ethical practices, ethical culture

Introducción

Según la Real Academia de la Lengua Española, la ética es la parte de la filosofía que trata del bien y del fundamento de sus valores. Para la filósofa Adela Cortina (2005) la ética es un saber que pretende orientar la acción humana de un modo racional en el conjunto de nuestra vida.

Sobre esa base está la ética empresarial, que busca actuar bajo ciertos principios en la toma de decisiones y en acciones concretas, involucrando a sus colaboradores, clientes, proveedores, socios, etc. Aporta también con políticas en los códigos de ética, que elevan el nivel de transparencia de todos sus actores. Se suma otro objetivo, el de fomentar el diálogo institucional para resolver problemas éticos y morales que afectan en la eficacia de las organizaciones, puesto que el bienestar se ve reflejado en la imagen corporativa, en su capacidad de respuesta y competencia profesional.

En la organización, la responsabilidad y el cumplimiento ético no son tarea de una sola persona, departamento o área, puesto que todos son responsables sin importar la función que desempeñen. Entonces desde la alta gerencia se debe promover el sentido de pertenencia con su ejemplo, y asegurándose que llegue a todos los niveles de la organización.

La ética da vida a proyectos transformadores, promoviendo los valores de la sustentabilidad, el diálogo, la identidad, la transparencia, la legitimidad, la gobernabilidad, etc., sumando transversalmente los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En el 2021, CERES, la Corporación Ecuatoriana para la Responsabilidad Social & Sostenibilidad, con el aval del CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía), entregó el Distintivo ESR® Empresa Socialmente Responsable, a aquellas empresas que han evidenciado su compromiso con la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible del Ecuador, a través de un proceso exhaustivo de evaluación cualitativa y cuantitativa en ámbitos tales como: ética empresarial, calidad de vida en la empresa, vinculación con la comunidad y medio ambiente. Entre las organizaciones destacadas están: Corporación Favorita C.A., Mutualista y Banco Pichincha, Difare S.A., etc.

Las organizaciones reconocen los límites sociales y las implicaciones morales detrás de sus propuestas en el mercado, al ofrecer sus productos o servicios, puesto que deben responder a un compromiso ético que viene adherido a su responsabilidad social. Y es aquí en donde la comunicación juega su mejor papel, desde implicar a sus colaboradores para repercutir sobre el clima organizacional, sin olvidar además que se trata de personas, quienes merecen un trato ético, hasta el contacto con el exterior: socios, clientes, proveedores, etc., a través de acciones operativas, estratégicas y de notoriedad.

Es así como la cultura corporativa, entendida como la puesta en práctica de una serie de valores, es el elemento esencial para garantizar el correcto funcionamiento del sistema empresarial desde el punto de vista ético.

Objetivos del proyecto:**Objetivo general**

Identificar las buenas prácticas éticas en organizaciones del Ecuador, en el año 2021, como ejemplo de experiencias que se guían por principios, objetivos y procedimientos apropiados, ajustadas a normativas o lineamientos consensuados, demostrando su eficacia y utilidad en un contexto en particular.

Objetivos específicos

Identificar las herramientas estratégicas que se brindan a los colaboradores para potenciar la cultura organizacional

Conocer los programas de transformación cultural en las organizaciones.

Identificar valores corporativos que se viven dentro de la organización.

Capítulo uno

Ética empresarial

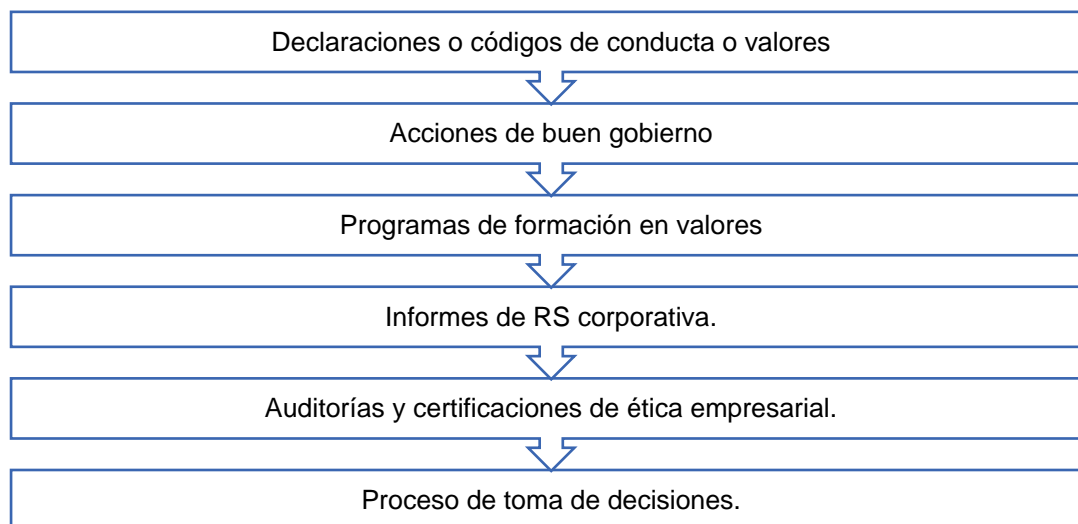
1.1. Definición de ética empresarial

La ética empresarial requiere un grado de conciencia moral post tradicional en la dinámica empresarial y las acciones correspondientes, como resultado de la reflexión sobre las prácticas y valores que forman o deberían formar la moral de la empresa. En este sentido, La reflexión ética de una empresa debe considerar los principios éticos junto con los principios económicos. Por lo tanto, la ética empresarial, como filosofía práctica, es tanto un fin como un medio.

De acuerdo con, Castillo y otros (2020) señalan que, la definición de la ética empresarial se basa en es una reflexión sobre la legitimidad de los negocios y la manifestación de los valores humanos en su gestión. Por lo tanto, de acuerdo con Aguilló (2019) comenta que, las prácticas de ética empresarial más comunes son las que se detallan en la figura 1:

Figura 1

Prácticas de ética empresarial más comunes



Nota: La imagen presenta las prácticas de ética más importantes a nivel industrial tomado de Aguilló (2019).

Estas prácticas deben ser implementadas y aplicadas siempre con respecto a sus razones de existencia, y para ello, su misión debe estar alineada con el propósito de la ética

empresarial (Arredondo, Villa, & De la Garza, 2014). Para ser coherente con el propósito de la ética empresarial, la misión de una empresa debe mejorar la calidad de vida de sus grupos de interés creando riqueza económica, social y ambiental de cierta manera, asumiendo la responsabilidad correspondiente y viéndose a sí misma como un lugar de consenso y aprendizaje.

1.2. Fundamentos de la ética empresarial

La ética empresarial considera la misión de la empresa como el logro del desarrollo sostenible de las actividades propias de la empresa en términos de bienes humanos y productos, y se esfuerza por cumplir fielmente la misión de la empresa sobre la base de principios éticos universales (Savater, 2014). Dicha misión se debe establecerse con los principios éticos sin confundirlos con los objetivos de la empresa, el logro de estos elementos indica la voluntad y el compromiso de alcanzar la visión de la empresa como tal.

En este sentido, Arredondo, Villa, y De la Garza (2014) comentan que, la ética en los negocios es comprendido en varios aspectos:

- a) Comprender las estructuras organizacionales como organismos éticos sugiere que el bien público también se puede lograr a través de prácticas comerciales.
- b) Los objetivos comerciales deben estar alineados con el bienestar de todas las partes que dan forma a las actividades comerciales. Esto significa trasladar las responsabilidades específicas de los accionistas a responsabilidades sociales, económicas y ambientales de todos los interesados que forman parte de la toma de decisiones corporativas.
- c) Reconocer que una empresa afecta a todo su entorno a través de sus acciones, por lo que no es una entidad aislada o carente de ética. En cambio, al incorporar la ética en las empresas como parte de su responsabilidad, empiezan a surgir las posibilidades de una sociedad más justa y equitativa (Arredondo, Villa, & De la Garza, 2014).

De lo antes explicado, la ética empresarial busca mejorar la calidad de vida de los grupos de interés fomentando la generación de riqueza y está alineada con los principios, valores y estándares éticos establecidos por la empresa.

1.2.1. *Ética y moral*

Ética y moral, aunque a menudo se usan como sinónimos, deben distinguirse para ganar rigor y permitirles hacer su propio trabajo. De acuerdo con Mondragón (2016), la ética significa defender valores, y cada persona puede tener valores diferentes o escalas de valores diferentes. Así que hablamos de diferentes morales personales. La ética es una disciplina filosófica que refleja los hechos morales con el fin de legitimarlos o deslegitimarlos. Castillo (2010) indica que, no hay moral sin moral, porque la moral existe para analizar la primera. Sin embargo, Aguilló (2019) comenta que, sí puede haber moral sin ética, por ejemplo, la moral inmoral, es decir, la moral sin razón de ser, no tiene derecho a ser respetada porque no respeta.

Por lo tanto, la ética es el conjunto de principios y reglas morales que regulan el comportamiento y las relaciones humanas (Aguilló, 2019). En este sentido, Savater (2014) menciona que, los principios éticos son universales, al contrario de las morales que, en general, son relativas a los contextos culturales. Sin embargo, si bien la moralidad es un asunto individual y las decisiones siempre las toman individuos, no es relevante para todos. Nuestras percepciones del bien y del mal, nuestra moral, influyen en nuestras decisiones y acciones, que a su vez tienen consecuencias que afectan a los demás, por lo que debemos poder argumentarles que nuestra moral, distinta a la nuestra, es legítima.

En conclusión, la ética permite verificar la moralidad, porque lo que importa no es tener valores morales, sino tener valores morales legítimos. Por eso, como apuntábamos más arriba, puede darse una ética inmoral (o inmoral). Según Polo y otros (2018) manifiestan que, en las organizaciones existen diferentes éticas en función de las personas que las integran, ya que, la función de la ética empresarial es legitimar la ética de todos los individuos, con base en los principios éticos de autonomía, imparcialidad, inocencia y benevolencia, teniendo

en cuenta el propósito de legitimarla como empresa. Estos principios no son estrictos y, aunque todos son importantes, algunos pueden ser mejores que otros.

1.2.2. Principios éticos

Se definen generalmente cuatro principios morales, y son el punto de partida de cualquier argumento que permita la legitimidad de acciones y procedimientos.

1.2.2.1. Principio de autonomía. Este principio establece que cada individuo es libre de hacer lo que quiera siempre que no infrinja o interfiera con la libertad de los demás. La autonomía es la expresión del individualismo moral moderno, es lo que se llama libertad de los modernos frente a libertad de los antiguos; un claro ejemplo de este sentido ilustrado de la libertad lo tenemos en Berlín, para quien «ser libre quiere decir para mí que otros no se interpongan en mi actividad»; en el mundo premoderno nadie había dicho nada semejante de la libertad; la libertad es así un mundo vacío de otros seres que se ven, sólo, como obstáculos o medios para satisfacer el propio interés. (Martínez, 2007, p. 725)

Por lo tanto, este principio se basa en el hecho de que los individuos son libres y su capacidad de elección, que no es absoluta y debe sopesarse con la vulnerabilidad de los seres humanos, ya que no podemos olvidar que los humanos muchas veces se encuentran en condiciones que pueden alterar su la licenciatura (Aguilló, 2019). La autonomía, como siempre incremental, es consciente de las elecciones y presiones, lo cual implica que la libertad personal significa que tiene una actitud positiva y que es responsable de sus actos.

1.2.2.2. Principio de no maleficencia. Este principio exige no hacer daño, y si no hay otra solución, es minimizar el daño tanto como sea posible, especialmente para aquellos que ya están en desventaja (Castillo, 2010). El objetivo no es crear nuevos males ni aumentar los males existentes, entender el mal como todo lo que nadie querría y, en consonancia con la generalización de la autonomía, tampoco lo querría nadie. Aguilló (2019) comenta que, en lo que a la empresa se refiere, la persona que evalúa el mal debe ser capaz de tener una perspectiva lo suficientemente amplia y saber ponerse en la piel de todos los involucrados, incluso en qué decisiones se toman en situaciones que pueden no ser aceptables para los afectados.

1.2.2.3. Principio de justicia. Este principio contempla y regula la distribución de bienes y recursos fundamentales a los que todo individuo debe tener derecho.

Se trata de que lo que cause ventajas para alguien no sólo no genere males para otros, sino que aminore el mal; pues si uno conoce los males, lo que no quiere para sí, por el principio de autonomía (que requiere universalización), no los puede querer para nadie. Si no pueden los afectados por las decisiones consensuar en condiciones de información y simetría, en estos casos habrá que ser solidario –paliar el mal-. (Aguilló, 2019, p, 65)

En cualquier organización con recursos limitados, es necesario priorizar y asignar los recursos, y los criterios económicos y sociales utilizados para ello deben abordarse desde los principios de la justicia (Aguilló, 2019). En un entorno empresarial, trabajadores, clientes, accionistas, stakeholders siempre exigen más y sus intereses no siempre convergen, por lo que es imperativo estar orientados a la justicia, mantener un equilibrio satisfactorio entre los diferentes intereses, y en el fondo tienen que centrarse en un mismo objetivo, la competitividad de la empresa, porque sólo cuando llegan los ingresos es posible continuar y mejorar su misión, su aportación y razón de ser (ESERP, 2022).

1.2.2.4. Principio de beneficencia. Hacer el bien exige autonomía y justicia, este principio se refiere a toda ética que proponga algún concepto de excelencia o felicidad, dependiendo de la cultura, educación o perspectiva de cada persona. En este sentido Aguilló (2019) señala que, la virtud de la prudencia derivada de Aristóteles es necesaria en el principio de benevolencia: el hombre es finito, y antes de actuar, para tener una visión suficiente para saber lo que es bueno, debe hacer un balance entre sus capacidades, las posibilidades presentes, posibilidades a superar, y consecuencias que surgirán.

1.3. Niveles de la ética empresarial

Para enmarcar la ética aplicada a las empresas es necesario considerar tres niveles de análisis, estos son: el nivel macro, el meso y el micro.

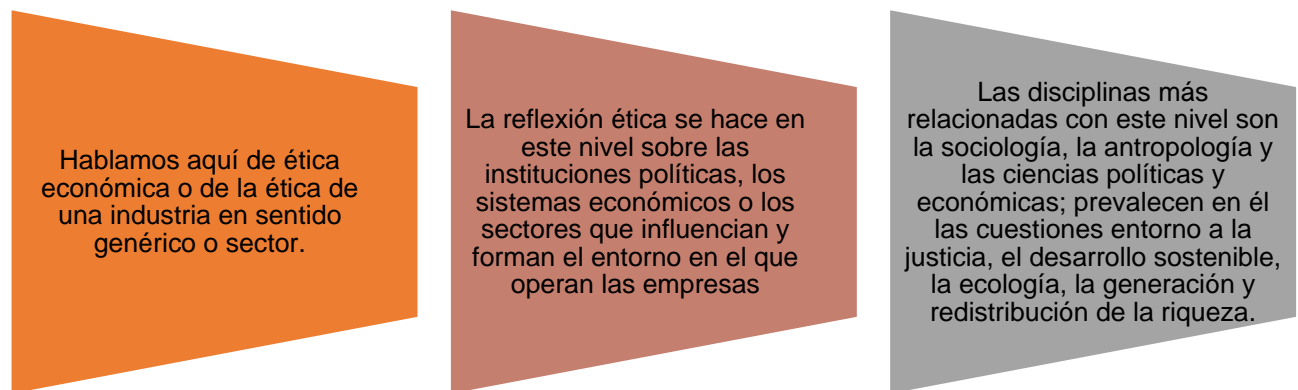
De lo anterior Aguilló (2019), menciona que, los niveles para medir la ética en las empresas poseen interconexiones lo cual permite obtener una visión global de la dimensión ética contenida en cualquier acción de la empresa.

1.3.1. Nivel Macro

Este es un nivel sistémico, que analiza la ética desde la perspectiva del entorno económico, político y social corporativo más amplio y, por lo tanto, del sistema económico en general. A continuación, en la siguiente figura se presentan las características principales de este nivel de medición de la ética en las empresas:

Figura 2

Prácticas de ética empresarial más comunes



Nota: La imagen presenta las prácticas de ética más importantes a nivel industrial tomado de Aguilló (2019).

1.3.2. Nivel Meso

El nivel meso es el nivel que se preocupa más por la estructura organizacional, los aspectos internos, donde diferentes grupos de personas se comunican entre sí de acuerdo a ciertos valores y normas, diferentes intereses y diferentes propósitos (Savater, 2014). Las disciplinas que abordan estas reflexiones son la psicología social y de la comunicación, la sociología de la interacción y el comportamiento grupal de los individuos (Aguilló, 2019).

En este nivel, la reflexión ética se centra en las políticas de buen gobierno, los procedimientos y estándares para integrar la ética en la gestión diaria en la compañía, así como la transparencia, la comunicación interna, la calidad del servicio y la rentabilidad, dentro

de la misión y visión de la organización, y, en general, en la cultura que una empresa propone para gestionar la confianza entre sus diferentes grupos de interés (Moreno, 2017).

1.3.3. Nivel Micro

Es el nivel del individuo como primer y último tomador de decisiones lo cual indica que en este nivel se analiza las interacciones con los grupos de interés, “Como el agente moral fundamental es el individuo, y la ética reflexionará sobre sus acciones en el seno de una empresa, sobre la toma de decisiones, la forma de trabajar, de dirigirse a otras personas, en sus actitudes y creencias” (Aguilló, 2019, p. 3). Es por ello, que este nivel permite reflexionar sobre el comportamiento individual de las personas que son parte de la empresa ya que se podrían ver envueltas en temas como el acoso, sobornos y el uso de información confidencial entre otros.

1.4. Responsabilidad social corporativa

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es un modelo de conducta y gestión de las empresas en el que priman el respeto al medio ambiente y los principios éticos (UNIR, 2022). El objetivo final es reducir su impacto negativo en la naturaleza y la sociedad. Actualmente, son muchas las empresas que implementan iniciativas de RSE.

Así mismo, Saá, Vasco, Holovatyi, & Donoso (2020) señalan que, las actividades que realizan las empresas para la producción y comercialización de bienes y servicios tienen impactos que afectan directamente a la sociedad y al medio ambiente. Es por ello que, La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una disciplina que mitiga y compensa los impactos socioambientales de tal manera que pueda operar armónicamente en determinadas regiones y minimizar las externalidades negativas. Esta regla económica ha sido reconocida en legislaciones nacionales e internacionales, muchas de las cuales la exigen como requisito obligatorio para el desarrollo de la actividad económica en determinados países. La RSE prospera hoy y permite el desarrollo de paradigmas que a menudo se basan en teorías económicas de maximizar las ganancias minimizando los costos.

De lo antes señalado, el Libro Verde de la Comisión Europea (2001) sobre el concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), indica que, se debe distinguir una dimensión interna y otra externa. En cuanto a la dimensión interna las prácticas de responsabilidad social afectan principalmente a los trabajadores y se relacionan con cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad y la gestión del cambio, mientras que las prácticas de responsabilidad social respetuosas con el medio ambiente se relacionan principalmente con la gestión de los recursos naturales para la producción.

Respecto a la dimensión externa de la Responsabilidad Social, el Libro Verde indica que, este nivel se extiende a la comunidad local, que incluye, además de trabajadores y accionistas, otras partes interesadas como socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG que defienden los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente (Comisión Europea, 2001).

Es beneficioso realizar acciones de responsabilidad social corporativa para alcanzar una gestión responsable hacia el ambiente, y logrando ventajas desde el punto de vista empresarial como lo demuestra la siguiente figura:

Figura 3

Ventajas de la aplicación de una gestión de responsabilidad social corporativa

Fidelización de interesados:

Mejora la imagen de la empresa y su marca, y estrecha los vínculos con sus clientes, proveedores y socios.

Facilidad de acceso a la financiación

Si la organización implementa prácticas éticas, esto favorecerá a que se perciba como transparente.

Atracción y retención de talento

Si se trabaja de manera ética y sostenible, puede aumentar la permanencia de los empleados, su talento concienciado con temas sociales y medioambientales.

Reducción de costes

Disminuir el consumo energético y reciclar disminuye los gastos de la empresa a la vez que aumenta la sostenibilidad, cooperando así con la conservación del medio ambiente

Prevención de riesgos

Trabajo conforme a códigos éticos y de conducta y estándares responsables reduce la posibilidad de quejas o publicidad negativa y aumenta la sostenibilidad a largo plazo.

Nota: La figura presenta cuales son las principales ventajas de la aplicación de una gestión respetuosa con el medio ambiente en el caso de aplicarse en una empresa, tomado de Universidad en Línea (UNIR, 2022)

De lo antes explicado, la aplicación de políticas de RSC aporta beneficios a las empresas, aunque están relacionados con la naturaleza de la empresa y son difíciles de cuantificar. La investigación realizada encontró una relación directa entre el desempeño social y ambiental y el desempeño financiero, demostrando que no solo mejoró la imagen corporativa con la implementación de la RSE, sino que también aumentó la motivación, la productividad y la pertenencia a sus equipos, fortaleciendo la atracción y retención del talento y mejorando el ambiente de trabajo (La Provincia, 2022). Si bien, en términos generales, las empresas que aplican la RSE no buscan rendimientos financieros a corto plazo, los hechos muestran que pueden desempeñar un papel en la vida de las personas no solo como proveedores de empleo y riqueza, sino también como facilitadores del desarrollo comunitario.

Capítulo dos

Cultura ética empresarial

2.1. Definición de cultura empresarial

La cultura corporativa se puede definir como un conjunto de normas, valores y mentalidades que caracterizan el comportamiento, la orientación, las acciones de gestión, el estilo de gestión, la asignación de recursos, la forma en que se organiza la empresa y la imagen de la empresa. De esta forma, la cultura empresarial se recoge y plasma en símbolos, rituales, tabúes, mitos y otras manifestaciones, donde los valores se ordenan por preferencia jerárquica (ESERP, 2022). Por lo tanto, la cultura organizacional de una empresa incluye tanto los códigos de conducta, normas, protocolos, procedimientos y políticas establecidos a nivel organizacional, como las actitudes, tradiciones, valores y patrones de relación que se han desarrollado a lo largo del tiempo y conforman el ADN de la empresa.

2.2. La cultura para portar soluciones

La cultura corporativa es un área de gran interés para todas las investigaciones que abordan el comportamiento ético y el cambio organizacional, ya que es un medio para descubrir cómo enfrentar los problemas derivados del desarrollo organizacional (Mondragón, 2016).






El enfoque cultural de una empresa debe ofrecer nuevas soluciones a los problemas a los que se enfrenta, en lugar de contentarse con apreciar sus propias peculiaridades. Estas nuevas soluciones son internas, por ejemplo, en términos de estructura, estrategia o relaciones interpersonales, se han propuesto regularmente modelos que ayuden en la selección de empresas, sin embargo, en tiempos de crisis ya no es posible tener criterios confiables para comprender la evolución de organizaciones organizacionalmente relevantes (Aguilló, 2019).

Estas nuevas soluciones tienen que hacer frente a nuevos problemas organizativos que requieren encontrar estrategias para alcanzar este ideal entre la necesaria adaptación a las presiones y demandas del entorno y el mantenimiento de la cohesión y eficiencia de los sistemas organizativos. Adaptarse al entorno, lo que significa internacionalización,

lanzamientos de productos más rápidos, mayor calidad, menores costos y una rápida integración de nuevas tecnologías (Quillo, 2022). A continuación, se presentan ejemplos de empresas que han tomado el concepto de cultura de ética empresarial en su equipo de trabajo.

Figura 4

Ejemplos de aplicación de la cultura empresarial en marcas reconocidas del Ecuador

	<p>Nestlé (Ecuador): Ha implementado la nueva cultura del servicio al cliente que ha ayudado a reforzar la estrategia comercial de ofrecer precios, recogidas y entregas de paquetes más flexibles y atentos a las necesidades de las empresas que componen su clientela.</p>
	<p>La cultura empresarial implementada por Corporación La Favorita (Ecuador): Instituyó a los mandos medios para que adapten una actitud positiva de alcance de metas en relación con las empresas que son clientes, lo que condujo a colocar a representantes de los servicios en sus propias instalaciones.</p>
	<p>Supermercados Tía: Ha implementado la cultura empresarial en los mandos medios y otros empleados, estos pueden ser evaluados en base a su capacidad para ajustarse a parámetros congruentes con la cultura de esta forma mejoraron el servicio al cliente.</p>
	<p>Cervecería Nacional: Implementó una cultura empresarial que permite que los mandos medios y los trabajadores encuentren juntos soluciones creativas para los problemas de los clientes durante la distribución del producto.</p>
	<p>Coca Cola: Implemento la cultura del servicio al cliente, mejorando la disponibilidad de tecnología informática esto lo realizó aumentando las facultades delegadas en los trabajadores y propició un cambio de estilo administrativo que apoya la toma descentralizada de decisiones.</p>

Nota: La imagen anterior presenta algunos ejemplos de la implementación de la cultura empresarial en las empresas más representativas del país.

De lo anterior, Mondragón (2016) señala que, es importante recalcar que la cultura de una organización no se puede cambiar fácilmente, aun pensando que un cambio de este tipo o de esta magnitud lo puede realizar una sola persona o a través de un programa de mejora continua sin duda alguna. El cambio organizacional debe ser incremental y ciertamente tendrá un alto costo.

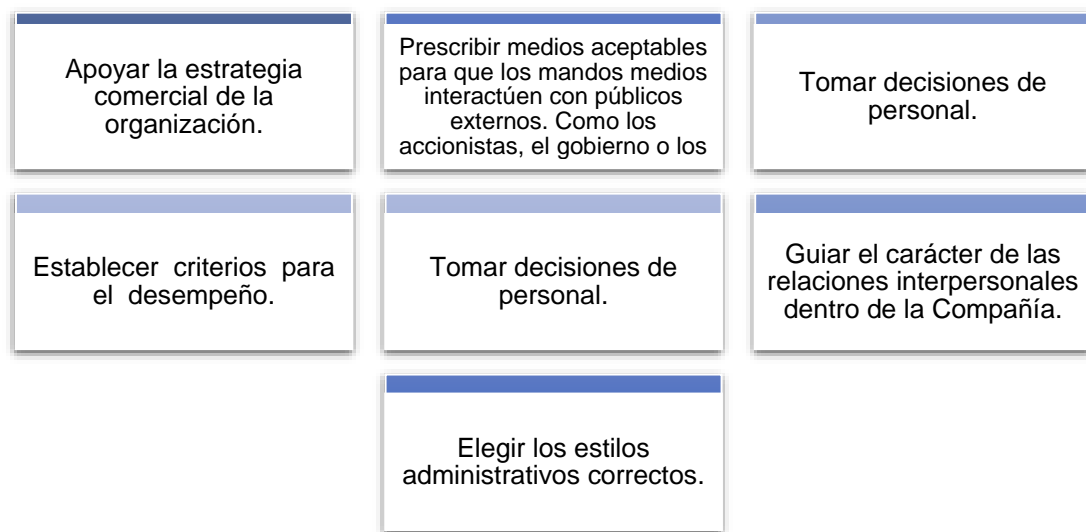
2.3. Las funciones de la cultura ética empresarial

La cultura puede afectar la forma en que las personas interpretan su entorno e incluso sus planes para organizar y retener información. En Corporación La Favorita (Ecuador), por

ejemplo, la cultura gira en torno a la idea de que el servicio al cliente debe ser la base de todas las actividades. Aguilló (2019) propone que las funciones de la cultura ética empresarial se enfocan en la forma de pensar, sentir y actuar de los miembros de una organización con la finalidad de crear una empresa fuerte, que unifica al equipo, estas funciones además tienen como propósito ser la guía de toma de decisiones efectivas y acordes a los valores que representa la marca.

Figura 5

Funciones de la cultura ética empresarial en una empresa



Nota: Funciones de la cultura organizacional, tomado de Aguilló (2019).

En general, se considera que la cultura proporciona coherencia a una organización porque integra varios elementos en un conjunto coherente de creencias, valores, suposiciones y comportamientos coherentes. De hecho, algunos investigadores creen que la fuerza y consistencia de la cultura de una organización, la claridad de su misión, su énfasis en la participación de los empleados en la toma de decisiones y su capacidad para responder positivamente al cambio organizacional ayudan a predecir la efectividad de las acciones implementadas por la empresa.

Capítulo tres

Buenas prácticas éticas empresariales

3.1. La práctica de la ética empresarial

A continuación, se presenta las prácticas de ética empresarial más comunes en orden de importancia en lugar de implementación, con el objetivo de integrar la ética en la gestión diaria. Considerando que, la situación de cada empresa es diferente, la puesta en marcha de este tipo de iniciativas es importante tener en cuenta las características de cada empresa.

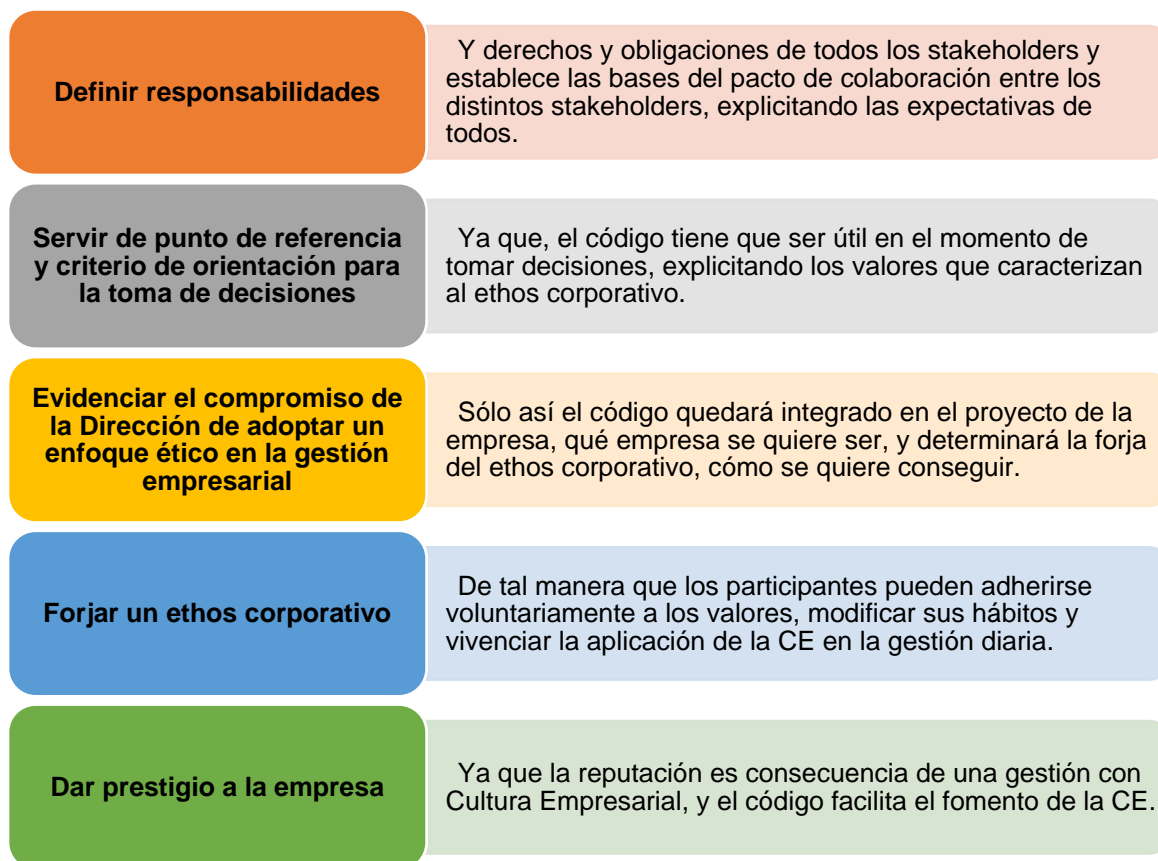
3.1.1. Prácticas habituales de ética empresarial

3.1.1.1. Códigos de conducta. Un manifiesto, o código de conducta o valores, es un documento oficial establecido por una organización en forma de manifiesto, ideología, carta de intenciones, etc., por eso la función principal de un código es explicar los principios, valores, y normas de actuación de la organización para potenciar la personalidad de la empresa, la propia, el proyecto que la identifica y diferencia de otras empresas, su espíritu emprendedor (Polo, y otros, 2018).

El Código es la herramienta que mejor responde a la necesidad de considerar las intenciones y motivaciones que llevan a una organización a incorporar activamente la ética en la gestión. El Consorcio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, (2020) señala que, existen diferentes enfoques para un código de ética empresarial, dependiendo de cuál debería ser el código y para qué debería usarse, ya que algunas marcas ecuatorianas tienen códigos aspiracionales en los que se fijan ideales claros, otras tienen códigos educativos con explicaciones amplias, ejemplos y explicaciones específicas y, por último, existen códigos normativos con reglas detalladas para orientar la conducta profesional y negligencia para establecer sanciones. Debido a que las organizaciones desarrollan códigos éticos por diferentes razones, es necesario considerar las expectativas antes de desarrollarlos. Los objetivos más comunes de los códigos son los siguientes, la prioridad de cada código determinará el proceso de formulación y difusión.

Figura 6

Objetivos de la aplicación de códigos de ética en empresas



Nota: La figura presenta un resumen de los objetivos de la aplicación de códigos de ética en empresas planteado por Aguilló (2019).

De lo anterior, Castillo (2010) señala que, El prestigio no puede ser el objetivo del código, ya que promoverá la integración de la ética para lograr que los beneficios económicos solo provengan de tener una buena imagen corporativa. La integración ética no debe ser un mero medio para fines económicos, sino que debe formar parte de una misión legítima capaz de mejorar la calidad de vida de los grupos de interés facilitando la generación de riqueza.

3.1.1.2. Buen gobierno. Es necesario promover determinadas prácticas de buen gobierno para garantizar una gestión responsable de la dirección de la marca. Según Fuertes (2016) señala que, la aplicación de buenas prácticas de gobierno corporativo en el mercado, además de promover la transparencia y equidad en el trabajo de los colaboradores, también promueve una adecuada difusión de información para entender que el gobierno corporativo debe tener a los directores como actores clave buscando la eficiencia del mercado porque

sin esta responsabilidad, el las autoridades públicas representadas por sus entidades de control tomarán su lugar y asumirán los riesgos ocultos que ello conlleva.

El buen funcionamiento del gobierno corporativo debe basarse en principios claros y estables para que la empresa sobreviva en el largo plazo. Olcese (2005) al respecto menciona que, no se debe olvidar que en los estatutos de las grandes sociedades anónimas está implícito un contrato incompleto entre administradores y accionistas de la empresa, en este sentido los empresarios no deben olvidar que las sociedades anónimas son el eje del sistema económico capitalista, en sus manos está el poder.

Los empresarios deben tener en cuenta que el fracaso o el éxito de una empresa no se mide por su tamaño o su valor en bolsa, ya que ambos aspectos pueden reflejar factores exógenos ajenos al verdadero desempeño de la empresa. Al igual que los principales fraudes financieros de la última década, han cogido por sorpresa a muchos gerentes, ejecutivos y analistas financieros (Fuertes, 2016).

Uno de los principales objetivos es el aumento del valor de la marca, al tener buenas prácticas de gobierno corporativo, éstas repercuten en las siguientes ventajas:

- a) Se reducen costos, las empresas son más eficientes y los mercados de capitales son más atractivos como alternativa de capitalización eficiente.
- b) Implementar un buen gobierno corporativo en nuestro país e implementar controles que aseguren la aplicación de estas prácticas en las empresas financieras y comerciales, tratando de mantener un equilibrio entre los objetivos económicos y sociales, entre los objetivos individuales y los comunitarios.
- c) El marco de gobierno corporativo se establece con el fin de promover el uso eficiente de los recursos y, en igual medida, exigir que se rindan cuentas por la administración de esos recursos.
- d) Su finalidad es lograr el más alto grado de coordinación entre los intereses de las personas, las empresas y la sociedad (Fuertes, 2016).

3.1.1.3. Formación en ética empresarial. La formación ética la cual constituye un campo en constante perfeccionamiento y construcción que puede ser desarrollado de manera individual, social y colectiva. La formación en ética asegura que los profesionales que actúan en una empresa deben estar preparados para abordar los problemas de la profesión en el contexto actual, destacando la ética y los principios éticos (Castillo, Baute, Silva, Fernández, & Seoane, 2020). Puede ser una formación puntual o repetida en el tiempo, y cuanto más práctica, mejor se comprenderá cómo aplicar los valores en el día a día. Los motivos para realizar una formación de este tipo son:

- a) Construir sentido de pertenencia dentro de un mismo proyecto empresarial.
- b) Involucrar a las partes interesadas en la formación del espíritu emprendedor.
- c) Sensibilizar sobre las posibilidades y responsabilidades éticas del trabajo.
- d) Buscar el compromiso de las personas en la mejora continua. Proporciona herramientas prácticas para la mejora diaria.
- e) Proporciona vocabulario común y métodos para trabajar en grupo (Fuertes, 2016).

La formación puede ser realizada por consultores externos o miembros de la organización, ya sean del departamento de RRHH, del departamento de SR o del propio líder del equipo. Ya sean internos o externos, se debe evaluar quién es más creíble, persuasivo y entusiasta con el proyecto.

3.1.2. Elementos clave de la ética empresarial

La cultura de la organización es parte fundamental de su identidad, ya que esta dicta los valores y principios que guían las acciones que toma todo el equipo de trabajo. Quillo (2022) manifiesta que, es una característica que muchos clientes identifican como un elemento crucial a la hora de escoger una organización sobre las demás ya que, muchos clientes se sienten bien cuando apoyan a una organización con posturas y valores positivos.

Además, en el mercado laboral, la nueva generación busca empresas que le permitan crecer profesionalmente, promover y facilitar la construcción de espacios diversos y saludables, reflejados en la imagen y cultura de su empresa. Por lo tanto, una cultura organizacional positiva te permite conectarte con tu equipo, aumentar su motivación cuando

sus acciones están guiadas por valores alineados con sus creencias, alinear procesos para la misión colectiva y marcar la diferencia en la toma de decisiones coherentes con la identidad de tu equipo (Fuertes, 2016).

Hay otras formas en que las organizaciones también pueden ayudar indirectamente a promover el espíritu empresarial. A continuación, en la siguiente figura, destacamos algunos de estos elementos indirectos, que más influyen, en el comportamiento de las personas en la empresa:

Figura 7

Elementos clave para gestionar la cultura empresarial desde el punto de vista ético en la empresa.

Valores comunes:

No puede ser que para unos niveles de mando operen unos valores y para el resto de los trabajadores otros distintos. Las organizaciones con bases éticas sólidas aplican los mismos principios a todos sus miembros.

Satisfacción en todos los niveles:

Accionistas, directivos, empleados, proveedores y clientes deben obtener el mismo grado de satisfacción. El desequilibrio en temas salariales o profesionales es propio de organizaciones con fisuras en su sustento ético.

Responsabilidad social de las acciones:

Por supuesto, cuando las empresas incurren en fallos que incumplan cualquiera de los valores que les sustentan como organización, es necesario que asuman el grado de responsabilidad que les cabe. Como decíamos arriba, la Responsabilidad Social Corporativa es, en cierta forma, la materialización de la ética empresarial.

Primacía del contrato moral:

Antes que cualquier otro aspecto, en la relación de la empresa con sus miembros y con la sociedad en general debe haber un pacto moral. Los contratos o los acuerdos a los que se pueda llegar más adelante deben reforzar este elemento y no ir en clara contradicción. Lo jurídico-legal debe estar incluido en lo ético-moral.

Nota: Elementos clave para gestionar la cultura ética empresarial, tomado de (ESERP, 2022).

3.1.2.1. Proceso de toma de decisiones. La consistencia en la toma de decisiones es parte de la imagen que una organización da a sus grupos de interés. Elementos como los códigos deontológicos, la formación en ética empresarial, la comunicación de los valores corporativos, en definitiva, todas las prácticas de ética empresarial buscan incidir en el individuo para hacerle consciente de la dimensión ética que existe en cualquiera de sus decisiones y fomentar la acción, teniendo así ciertos valores, principios morales, y así participar en la forja del espíritu empresarial (Aguilló, 2019).

Una buena decisión puede fallar en su implementación, por eso es tan importante reflexionar sobre los pasos a seguir, cómo se comunica la acción y los mejores recursos para ejecutarla. Castillo (2010) indica que, la prudencia aquí es muy importante, ya que puede haber un contratiempo o nueva información en la ejecución de este tema, o incluso una decisión, en cuyo caso la prudencia puede sugerir reiniciar todo el proceso de toma de decisiones.

3.1.2.2. El liderazgo. El liderazgo se ha convertido en uno de los elementos que más influyen a las personas para que se adhieran voluntariamente a unos determinados valores promoviendo así la integración de la cultura empresarial en la gestión diaria. Según Aguirre (2016) menciona que, el liderazgo efectivo se caracteriza por un líder que demuestra día a día que tiene la capacidad de guiar a las personas hacia metas específicas, animándolas a trabajar con buen carácter y entusiasmo. Para que el liderazgo sea efectivo, debe ser transformador y ético, sustentado en valores orientados al bien común, con el objetivo primordial de la transformación personal, el florecimiento de las relaciones y contribuir a la transformación de la sociedad.

Otro autor Aguiló (2019) señala que, el liderazgo es una actividad llevada a cabo por un grupo de personas, y puede haber muchos líderes involucrados, cada uno en su propio campo. Diferentes líderes pueden coordinar diferentes actividades, todas enfocadas en lograr una misión común.

Desde otro punto de vista, el liderazgo tiene en cuenta la existencia de un líder ya que cada vez es más difícil que una persona tenga toda la información necesaria y toda la

experiencia para tomar las mejores decisiones. Los líderes saben cómo hacer de sí mismos un buen equipo y asumen y esperan que en algunas áreas, alguien del equipo sepa más que él, y el liderazgo es la capacidad del equipo para tomar decisiones de manera coordinada (Giraldo & Naranjo, 2014).

El liderazgo continúa incluso si el líder se va, porque el liderazgo incluye una forma de trabajar, alguien puede ejercer el liderazgo para guiar a las personas, alguien puede establecer metas y alguien puede negociar. De esta forma, Moreno (2017) manifiesta que, un líder es prescindible y siempre necesitamos de otra persona que pueda reemplazarlo, sin embargo, el líder es insustituible, su presencia es fundamental para lograr la ventaja organizacional porque el liderazgo es una cualidad organizacional.

3.1.2.3. Innovación de la organización. La búsqueda de la excelencia, la calidad, la comparación con otros departamentos o empresas para identificar puntos de mejora (benchmarking), la integración de prácticas que han funcionado en otras empresas o departamentos (best practices), el aprendizaje continuo mediante feedbacks periódicos y evaluaciones sistemáticas de los resultados, y la misma innovación, tienen en común el buscar constantemente mejoras en los procesos, los productos o los servicios de la organización (Aguilló, 2019).

La innovación constituye la herramienta principal para lograr la competitividad empresarial de una manera eficaz. Muchas empresas en el país están implementando los cambios necesarios para poder reestructurar sus procesos y volverlos mucho más innovadores. Esto se convierte en un primer paso para diferenciarse de la competencia. Sin embargo, no es un proceso fácil, por tanto, si no se lo conduce eficientemente, no se podrá vencer los riesgos. Uno de esos riesgos tiene que ver con la estructura jerárquica de la empresa. Esto representa una muy complicada barrera para emprender cambios estructurales en la organización. Innovarse también implica reorganizar el organigrama, de manera que la toma de decisiones sea un proceso rápido. (Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, 2022, p. 1)

Su objetivo es aprender continuamente para lograr una mayor satisfacción de todos los stakeholders, es decir, una mejor calidad de vida para todos, gracias a que se consiguen más ventas, más rendimiento, más motivación, menos contaminación, etc.

3.2. Claves para la implementación de la ética empresarial

La integración de la ética en la gestión diaria también es un proceso dinámico: la reflexión y la toma de decisiones hoy pueden no estar en línea con la ética convencional en el futuro. Para que los valores se mantengan vigentes, es importante enfocarse en el proceso continuo de transformación desde la renovación constante a un nivel post-tradicional (Arredondo, Villa, & De la Garza, 2014).

3.2.1. Acciones de ética ideales para la empresa

Desde un punto de vista puramente económico, una corporación es un acto de reunir a un grupo de personas y recursos con la misma misión de proporcionar a la sociedad un producto o servicio para generar beneficios económicos que son difíciles de lograr individualmente (Castllo, Baute, Silva, Fernández, & Seoane, 2020). Sin embargo, tal definición de empresa es insuficiente para enfrentar los desafíos actuales.

Todos los involucrados en la empresa deben estar comprometidos con el cumplimiento de su razón de ser y misión como condición prioritaria y lícita para la realización de sus intereses personales. Por lo tanto, la tarea debe ser compartida por todos los grupos de interés, sin embargo, tienen intereses diferentes; los accionistas quieren rentabilidad, salarios y empleabilidad de los empleados, mejor relación calidad-precio para los clientes, buenos acuerdos con los proveedores, etc., (Fuentes, 2016). Sus puntos de vista sobre cómo realizar las tareas no siempre son conciliables. La empresa ideal debería ser capaz de enfrentar estos desafíos y llegar a un acuerdo.

Aguilló (2019), señala que, la empresa ideal es una utopía, la búsqueda de la perfección para promover la integración de la ética empresarial, y como un ideal es inalcanzable, nunca habrá una empresa perfecta, una empresa ética. Habrá algunas empresas que implementen buenas prácticas; al implementar buenas prácticas, demuestra una forma de hacer las cosas, desarrolla un espíritu, que a su vez promueve más buenas

prácticas, por lo que la empresa se acerca a lo que quiere el espíritu (Polo, y otros, 2018). Por lo tanto, la empresa ideal necesita: una misión, una razón de ser, para extender el concepto de beneficio económico a la generación de riqueza diversa, es decir, a todas las personas y tipos de riqueza, económica, social y ecológica. La misión debe estar alineada con el propósito de la ética empresarial debe mejorar la calidad de vida de los grupos de interés fomentando la generación de riqueza.

3.2.2. La ética empresarial como proceso de cambio

La creación del espíritu empresarial es ante todo un cambio, por lo que habrá resistencia en el proceso de realización del ideal. Integrar la ética en la vida cotidiana requiere comprender las limitaciones y los factores que determinan el éxito del cambio (Aguilló, 2019). Al igual que con el proceso de toma de decisiones, se requiere reflexión antes de la implementación para evitar las consecuencias negativas de una mala gestión del cambio.

Savater (2014) puntualiza que, en todo proceso de cambio se pueden identificar los siguientes elementos clave: visión, plan, incentivos, recursos, habilidades. La ausencia o mala gestión de uno de estos factores puede dificultar el cambio:

- a) Si no entendemos hacia dónde queremos ir (la visión) nos perdemos en el proceso;
- b) Si falta planificación o se ejecuta mal, se produce una gestión mala; falta de los incentivos reducen el interés;
- c) La falta de recursos o una gestión ineficaz genera frustración;
- d) La falta de capacidad para gestionar el cambio provoca una gran ansiedad.

Para Aguilló (2019), por tanto, la ética empresarial es un proceso de cambio, y es necesario tener en cuenta cada uno de estos factores para evitar las consecuencias negativas descritas.

- 1) Vértice “diagnóstico”: Es imprescindible tener un análisis del punto de partida para elaborar el plan de acciones y aspirar a la visión, tal y como exponemos en el siguiente punto.

- 2) Vértice “visión”: La visión es el objetivo, la meta a alcanzar. Si queremos integrar la ética empresarial en la gestión diaria debemos concretar los objetivos que se quieren alcanzar en una visión compartida por todos los stakeholders.
- 3) Vértice “plan de acciones”: El plan de acciones se elabora una vez se ha analizado el punto de partida (diagnóstico) y se ha consensuado la meta (visión).

Desarrollar tipos motivacionales, calcular los recursos necesarios e identificar las nuevas habilidades necesarias son factores fundamentales para lograr el cambio, por lo que deben incluirse en los planes de acción para evitar el desinterés, la frustración y la ansiedad.

Desde el momento en que una organización decide forjar un determinado ethos corporativo integrado en la visión que quiere alcanzar, debe aceptar que entra en un proceso de cambio continuo, puesto que el objetivo es transformar profundamente la cultura y ésta evoluciona constantemente. Y en esa capacidad de adaptarse y gestionar el cambio reside parte de su permanencia como empresa. (Aguilló, 2019, p. 45)

Así, y desde el modelo de los vértices antes señalados, las organizaciones pueden emprender la transición del diagnóstico a la visión y, a medida que se implementan las acciones, el diagnóstico inicial procederá simultáneamente con la visión que se persigue, constituyendo un proceso continuo de transformación a lo largo del tiempo.

3.3. Empresas líderes con mayor reputación en Ecuador

El Monitor Empresarial de Reputación Corporativa MERCO, es una de las herramientas utilizadas para la medición de la reputación corporativa de las empresas que operan en el Ecuador, este sistema valora distintas facetas para determinar la reputación de la empresa empleando el análisis de diversas etapas destinadas a recopilar los datos procedentes de diferentes fuentes de información (Meléndez, 2022).

El Merco Empresas y Líderes Ecuador 2021 contó con la participación de 359 empresas, 26 analistas financieros, 33 periodistas económicos, 30 representantes de ONG, 20 representantes de sindicatos nacionales, 21 expertos en sistemas de gestión, 26 catedráticos del área administrativa y 1450 consumidores. La metodología usada para

realizar el ranking incluye encuestas a directivos, análisis de expertos financieros, asociaciones y periodistas económicos. Además, incorpora una evaluación directa de los técnicos de la firma española Análisis e Investigación. Merco opera en 10 países de América Latina y Europa.

De acuerdo con la Revista Informe Empresarial (2022) informa que, las empresas que resultaron dentro del ranking de las 100 marcas con mejor reputación en el país establecieron su punto de partida desde pequeñas o medianas empresas para posteriormente transformarse en las corporaciones ecuatorianas que se conocen hoy, su crecimiento se debe a que se encuentran totalmente inmersas en una gestión sostenible y cumpliendo expectativas de los sus públicos consumidores.

El resultado final es un índice, que en base al ranking de las empresas mejor puntuadas publicado de manera anual recoge la siguiente lista:

Tabla 1

Listado del ranking de las 100 empresas con mejor reputación del 2022

Posición 2022	Nombre de la empresa	Posición 2022	Nombre de la empresa
1	Corporación Favorita	51	Grupo Familia
2	Nestlé	52	Acería del Ecuador Adelca
3	Pronaca	53	Corporación Noboa
4	Cervecería Nacional	54	Agripac
5	Holcim	55	Saludsa Sistema de Medicina Prepagada
6	Tía	56	Laboratorio Bago
7	Produbanco-Grupo Promerica	57	Confiteca
8	Pacari	58	Universidad de las Américas

9	Consortio Nobis	59	Grupo Bimbo
10	Toyota	60	Kimberly Clark
11	Difare	61	Banco Bolivariano
12	Coca Cola	62	Johnson & Johnson
13	La Fabril	63	Grupo Futuro
14	Dulcafe (Sweet & Coffee)	64	Banco del Pacífico
15	Banco Guayaquil	65	Coral Hipermercados
16	Diners Club	66	Tipti
17	Banco Pichincha	67	Grupo Vilaseca
18	DHL	68	República del Cacao
19	Movistar (Otecel)	69	Reybanpac
20	Moderna Alimentos	70	Roche
21	Corporación Rosado	71	DirecTv
22	Conecel (Claro)	72	Dk Management
23	Grupo Industrial Graiman	73	Farmaenlace
24	Industrias Lácteas Tony	74	Bayer
25	Kfc	75	Seguros Equinoccial
26	Universidad San Francisco de Quito	76	Telconet
27	CBC The Tesalia Springs Company	77	Hospital Metropolitano
28	Arca Continental	78	Industrial Pesquera Santa Priscila
29	Arcgold Del Ecuador (Mcdonald's)	79	Ibm

30	Primax		80	Cinemark
31	Latam		81	Importadora Tomebamba
32	General Ecuador	Motors del	82	Kruger Corporation
33	La Universal		83	Lácteos San Antonio
34	Pycca		84	Grupo el Comercio
35	Almacenes de Prati		85	Danec
36	Corporación (Aeropuerto de Quito)	Quiport	86	Créditos Económicos
37	Colgate Palmolive		87	Casabaca
38	Yanbal		88	3M Ecuador
39	Indurama		89	Chubb
40	El Ordeño		90	Quifatex
41	Alpina Alimenticios	Productos	91	Mondelez Internacional
42	Unilever Andina		92	Bmi Iguales Médicas del Ecuador
43	Colineal		93	Grupo Superior
44	Corporación Gpf		94	Quala
45	Banco Internacional		95	Uribe & Schwarzkopf
46	Avon		96	Schlumberger Surencó
47	Avianca		97	Avícola Fernández
48	Negocios Industriales Nirsa	Real	98	Almacenes Juan el Juri
49	Pfizer		99	Jabonería Wilson

50	Marathon Sports	100	Pepsico
-----------	-----------------	-----	---------

Nota: La tabla presenta un listado de las 100 empresas con mejor reputación del país, evaluado bajo los criterios de la herramienta MERCO, realizada cada año, tomado de la Revista Informe empresarial (2022).

Se publica en Guayaquil y Quito la segunda edición del ranking de empresas y líderes ecuatorianos con mejor reputación en el país, elaborado por la empresa española Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco) y la consultora ecuatoriana Advance. El ranking enumera las empresas favoritas como los grupos mejor reputados. En cambio, la empresaria Isabel Noboa encabezó la lista de los 100 líderes más reputados de Ecuador. Merco encuesta a los gerentes que seleccionan a los candidatos. En esta ocasión, 304 ejecutivos de empresas participaron en la encuesta, y 1.661 ciudadanos evaluaron a las distintas empresas que participan en el ranking (Revista Líderes, 2022).

Capítulo cuatro

Metodología y análisis de resultados

4.1. Diseño metodológico

La metodología abarca las diferentes herramientas o instrucciones que se utilizan de manera concreta para alcanzar objetivos de carácter científico. La metodología es un procedimiento científico general que permite lograr el objetivo de una investigación de forma precisa, por lo que requiere de métodos y técnicas (Tamayo, 2002).

Esta investigación tiene como consigna ser un aporte que sume al estudio de la temática conocida como buenas prácticas éticas en las organizaciones del Ecuador, cuyo objetivo es el de entender la forma en que se desarrolla el ser ético desde el sentido empresarial, tomando en consideración la opinión de las organizaciones. De esta premisa yace el valor que posee la ética para llevarla al campo donde la misma se aplique por parte de los ejecutivos para generar espacios de diálogo, compromiso y confianza en las diversas organizaciones.

La metodología utilizada para la investigación fue de carácter cuantitativo, mediante la aplicación de encuestas, tomando como base la tipología de muestreo probabilístico,

considerando a toda la población de estudio. La encuesta se aplicó durante tres meses de manera online a los líderes empresariales, gerentes o gestores de recursos humanos de las 100 empresas de mayor reputación del Ecuador, de acuerdo con el ranking Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), que es el monitor corporativo de referencia en Iberoamérica que evalúa la reputación de empresas desde el año 2000 y que se encuentran dentro del ranking mencionado. De ellos 70 respondieron al instrumento de investigación.

El manejo y procesamiento de la información se llevó a cabo con el programa de SPSS, para definir la descripción de las variables y la media, los resultados obtenidos permitieron definir el panorama de las buenas prácticas en la estructura empresarial del Ecuador, y como estas han sido insertadas a lo largo de los últimos años en su cultura corporativa.

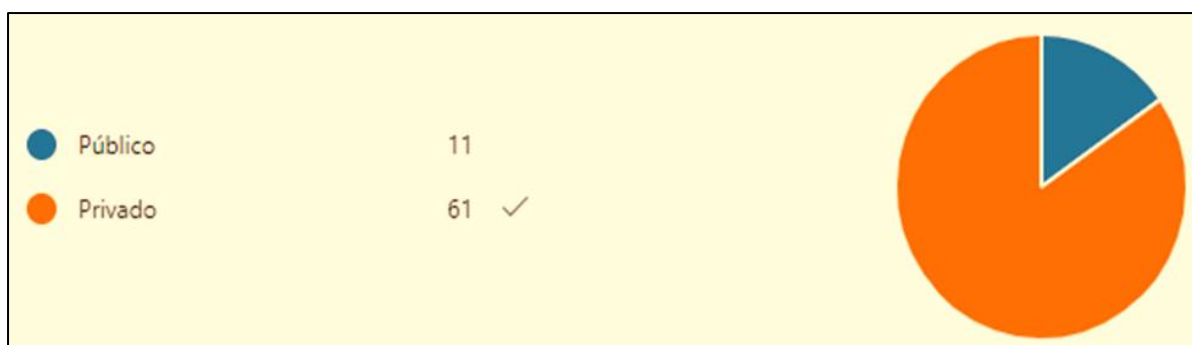
4.2. Análisis de datos

La aplicación de la encuesta de forma online en la muestra seleccionada permite obtener un perfil representativo de la realidad empresarial a la cual pertenece cada una de las empresas seleccionadas, y en base a los datos obtenidos se han determinado los siguientes resultados.

Sobre el sector al que pertenecen las empresas encuestadas:

Figura 8

Sector al que pertenecen las organizaciones



Nota: Encuesta realizada a las empresas con mejor reputación del Ecuador, (2022).

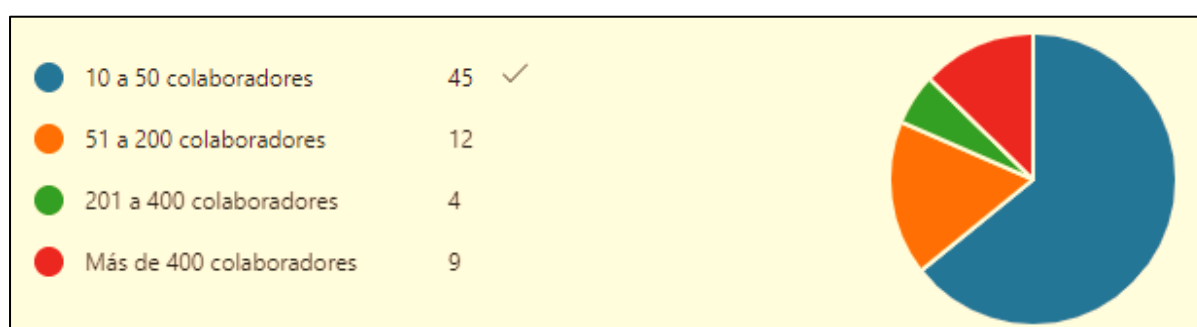
Por sector al que pertenece la empresa, el 96% de los encuestados se encuentran dentro de la sección privada, frente al 4% que son de carácter público. Otro de los aspectos generales de las empresas es la región a la que pertenece, donde el 60% es de la Sierra y el

32% a la costa. De esta forma, sólo en un 4% corresponde al oriente y el restante 4% a la Región Insular o Galápagos. La región con más frecuencia es 2 (Sierra) y el promedio de las regiones está es de (1,80) correspondiente a la media entre las regiones de la Sierra y la Costa. Por último, es destacable el hecho de que un 100% de la muestra tiene un código de ética dentro de sus organizaciones.

Sobre el número de colaboradores con el que cuentan las empresas:

Figura 9

Número de colaboradores con el que cuentan las organizaciones



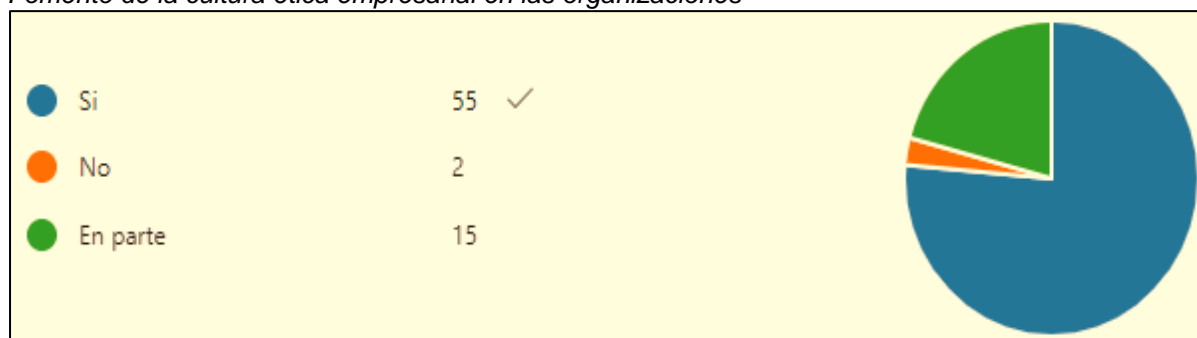
Nota: Encuesta realizada a las empresas con mejor reputación del Ecuador, (2022).

Se puede evidenciar que 45 personas de las diferentes organizaciones de las que respondieron la pregunta, en sus empresas constan con una media de 10 a 50 colaboradores es decir un 62% pues el capital humano es el activo más importante por lo que es necesario contar con un número adecuado, de esa manera existirá equilibrio entre el personal de la empresa y sea directamente proporcional a las actividades que se realizan.

Sobre el fomento de la cultura ética empresarial en las organizaciones:

Figura 10

Fomento de la cultura ética empresarial en las organizaciones



Nota: Encuesta realizada a las empresas con mejor reputación del Ecuador, (2022).

Las buenas prácticas éticas empresariales para los encuestados coadyuvan en distinguir que las organizaciones “declaran explícitamente en sus misiones” la “honra, reputación”, “transparencia “como parte de la responsabilidad corporativa.

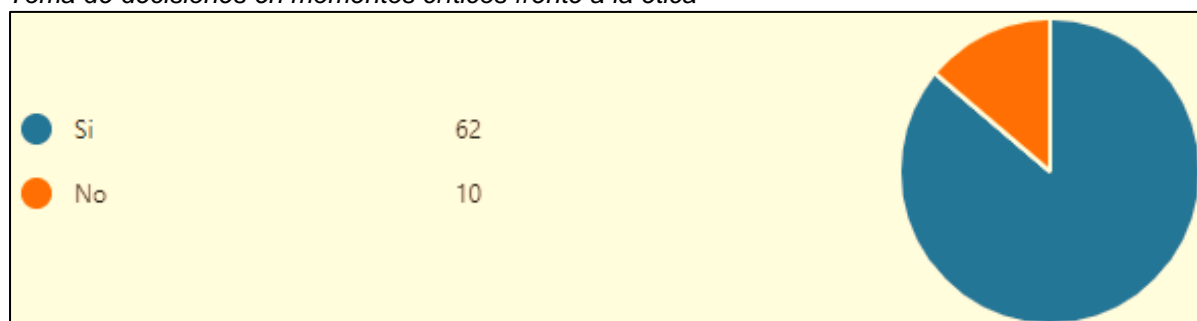
Argandoña (2015), asegura que “debemos fomentar la sensibilidad de la gente que nos rodea. También hay que fiarse de los demás, y que ellos lo sepan: hay que saber darles responsabilidad, y dejar que se equivoquen”; pues un buen ejecutivo debe eliminar las acciones que puedan mover a otros a actuar de manera egoísta. Para ello es necesario desarrollar una cultura del diálogo en la compañía, y crear confianza con el resto del equipo.

Un 76% de los encuestados es decir 55 personas respondieron que en sus organizaciones se promueve una cultura ética empresarial, de los 15 que contestaron que corresponde al 21% afirman que en parte se suscita mientras que 2 equivalente a un 3% reconocieron que no se da.

Sobre la toma de decisiones en forma ética frente a momentos críticos:

Figura 11

Toma de decisiones en momentos críticos frente a la ética



Nota: Encuesta realizada a las empresas con mejor reputación del Ecuador, (2022).

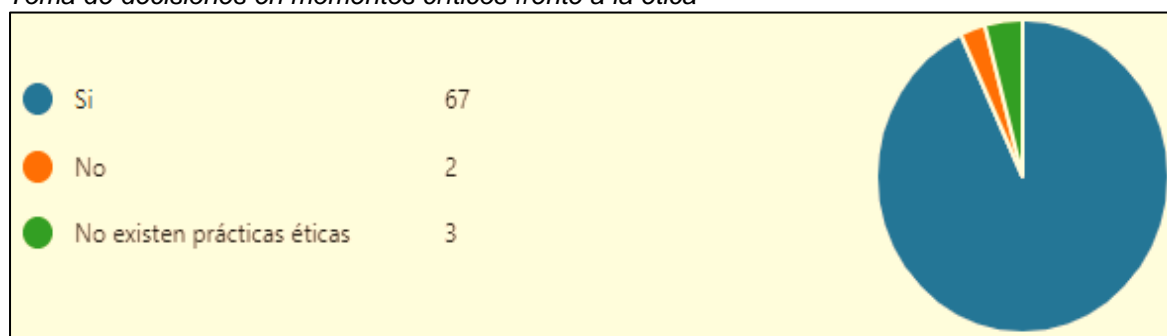
Una de las cuestiones fundamentales del estudio es comprobar si existe limitaciones presentadas en las empresas que han condicionado sus oportunidades de negocios. Los datos demuestran que el 84% no consideran que el buen uso de una práctica ética haya limitado sus oportunidades, frente a un 16% que declaran que si les ha restringido oportunidades de negocios. Respecto a los riesgos que han existido en la organización donde

las normas éticas se han visto involucradas. Los empresarios afirman que si han presentado riesgos en un 60% frente a un 40% que no han experimentado riesgos a las prácticas éticas. Con relación a la importancia de la ética en la construcción de un ambiente laboral, existió una constante del 100% al considerarla significativa para el desarrollo empresarial.

Sobre las practicas éticas que han ayudado a tomar decisiones en las empresas:

Figura 12

Toma de decisiones en momentos críticos frente a la ética



Nota: Encuesta realizada a las empresas con mejor reputación del Ecuador, (2022).

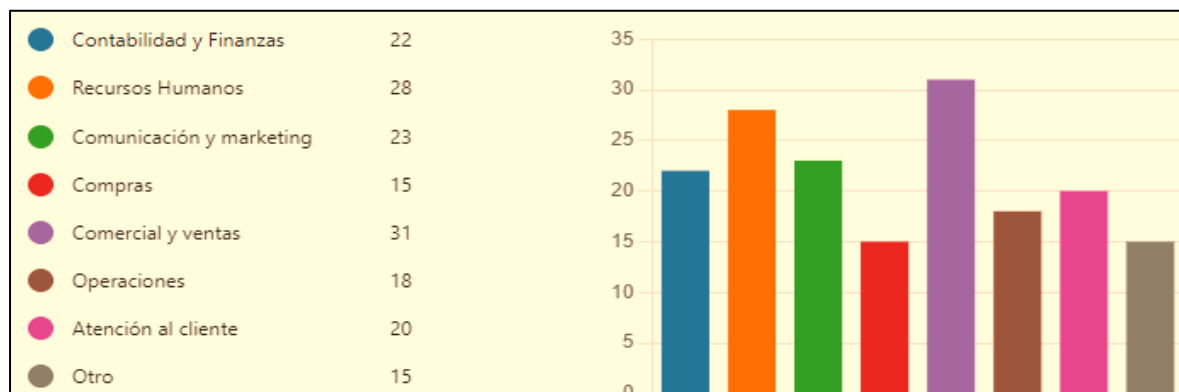
En las encuestas los empresarios distinguen la oportunidad de mantener una “tranquilidad moral” para favorecer la “rentabilidad económica”, convirtiendo a las empresas en más beneficiosas y “sólidas”. La ética en la empresa no debe ser considerada como una fórmula “restrictiva”, “reactiva” o correctivas”, sino como líneas de “compromiso” y “sentido de pertenencia” que no limite sus oportunidades y actuaciones en la “posibilidad de construir una filosofía sólida institucional”

Teniendo en consideración que para Frotondona (2013), las decisiones que toma la alta gerencia tienen un gran impacto en la estabilidad de una empresa, y haciendo una comparativa con los presentes resultados se infiere que los líderes empresariales en su mayoría ponderan la ética como valor fundamental frente a cualquier decisión con el propósito de mantener la estabilidad de su capital humano; puesto que en un 93% se identifican con las practicas éticas que han sumado en la toma de decisiones para crear un ambiente de tranquilidad en beneficio de las organizaciones, un 4% ha contestado que no existen prácticas éticas mientras que un 3% hace referencia a que las practicas éticas no han influido en la toma de decisiones

Sobre las áreas en las que frecuentemente se presentan problemas éticos:

Figura 13

Áreas en las que con frecuencia se presentan problemas éticos



Nota: Encuesta realizada a las empresas con mejor reputación del Ecuador, (2022).

Los expertos consideran que es importante un “clima ético” para minimizar el impacto de las relaciones tóxicas laborales. La presencia de la ética como un llamado de “vocación” y no imposición, nos invita a vivir la “virtud” en todos los ámbitos de la vida “laboral” y “personal”.

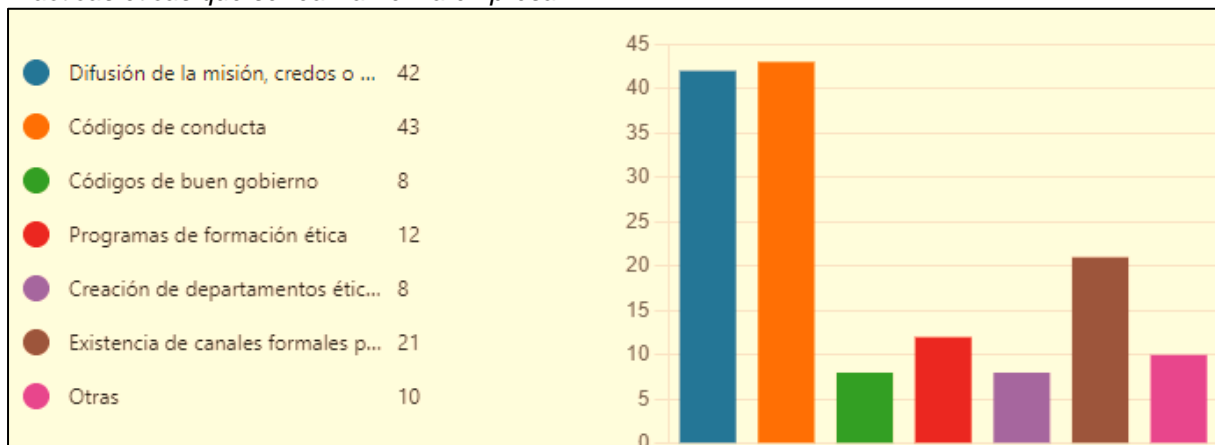
En asuntos relacionados a las normas morales y su práctica en las organizaciones, se encontró que en más de la mitad de las empresas estudiadas identificaron los valores como: el respeto, la lealtad, responsabilidad, diversidad, confidencialidad, equidad, justicia, empatía, honradez, transparencia, integridad, disciplina como los principales valores que regentan sus organizaciones. Además, de ciertas normas que se encuentran gobernadas en códigos de conducta de Auditoría de Comercio Ético para los Miembros de Sedex (SMETA), (URSA), códigos de ética y corporativos, valores institucionales, manuales de operaciones y reglamentos internos de trabajo.

La decisión de implementar normas éticas en las organizaciones, según los entrevistados, se enmarca en la creación de “programas de integridad empresarial”, donde se enuncie “normas mínimas” que la empresa debe promover como “cultura organizacional” de desarrollo autónomo e individual que se evidencien en el ser social y empresarial.

Sobre las prácticas éticas que se realizan en la empresa:

Figura 14

Prácticas éticas que se realizan en la empresa



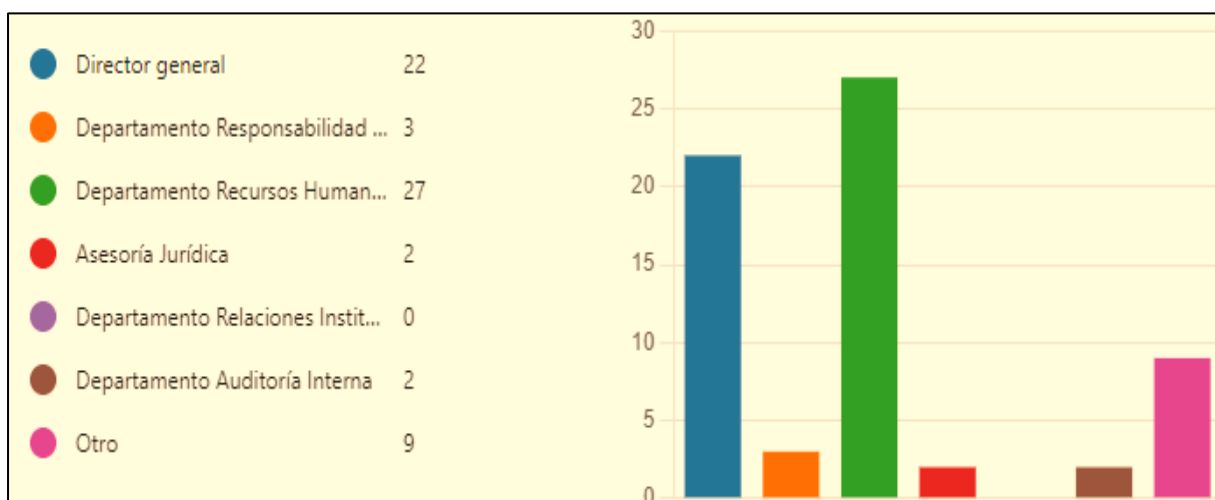
Nota: Encuesta realizada a las empresas con mejor reputación del Ecuador, (2022).

En cuanto a la presencia de los códigos de ética en las organizaciones, los entrevistados consideran que es necesario y aceptable la presencia de las “guías”, “lineamientos” que conduzcan a las empresas hacia la “toma de decisiones”, tanto a nivel “interno” como “externo”. Un manejo adecuado de un código deontológico en la organización se convierte en “paraguas ético” que dinamizan la actuación y garantizan la preservación de la “reputación empresarial”.

Sobre el responsable de que las prácticas éticas se cumplan en la organización:

Figura 15

Responsable de que las prácticas éticas se cumplan en la organización



Nota: Encuesta realizada a las empresas con mejor reputación del Ecuador, (2022).

Los líderes están expuestos a la vigilancia de sus acciones, la ética debería estar en su “accionar” ya que las características de un líder según los entrevistados se deben

enmarcar en la “excelencia” “pulcritud” e “integridad” lo que les permitirá ser gestores de cambio en las empresas de las que están a cargo.

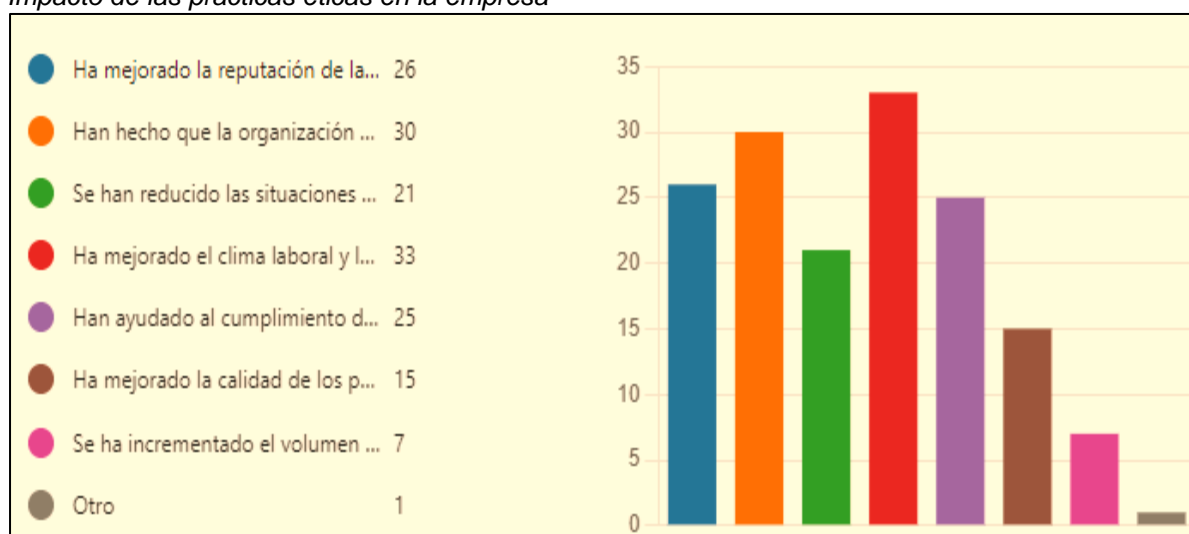
Además, los líderes deben ser quienes propicien la “construcción de códigos éticos” y así fortalecer el ámbito ético de las organizaciones.

Actuar desde la ética para los líderes se convierte en un factor diferenciador que hace atractiva a la organización y sobre todo promueve un llamado para que los mejores prospectos quieran formar parte de la misma, así como lo menciona Thornton (2013), donde hace énfasis en la importancia que tiene la alta gerencia al actuar de manera ética pues eso aumentara exponencialmente las probabilidades de atraer a los mejores empleados y clientes; pues de esa manera se crea automáticamente un entorno que alienta a buena ciudadanía corporativa.

Sobre el impacto que las practicas éticas han logrado en la empresa:

Figura 16

Impacto de las practicas éticas en la empresa



Nota: Encuesta realizada a las empresas con mejor reputación del Ecuador, (2022).

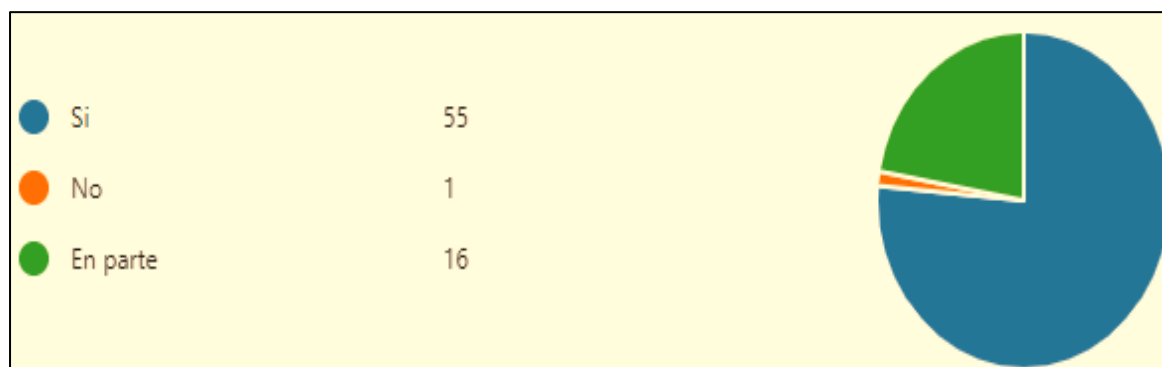
La ética en las organizaciones debe ser vista como uno de los pilares fundamentales que guía el accionar de las empresas, para que las empresas puedan mantener su desarrollo es necesario que estas busquen el bienestar común, evitando que los intereses personales se sobrepongan de los intereses organizacionales, esto se relaciona con lo que Calvo (2014), estableció en su estudio “Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos”

Las acciones éticas que realiza una empresa pueden mantener la reputación y la buena imagen que una organización proyecta hacia sus públicos, ya que como se mencionaba en apartados anteriores, un manejo adecuado de un código deontológico en la organización se convierte en “paraguas ético” que dinamizan la actuación y garantizan la preservación de la “reputación empresarial”, esto se apoya también en otro de los estudios realizados por Muñoz (2013) que indica que “las empresas generan expectativas en los grupos de interés con los que interactúan, que si son legítimas no deben defraudar” (p. 86) Sin duda, la ética en las empresas fortalece cada uno de los pilares en los que se apoyan las empresas, esto debido a que, al guiarse por normativas, códigos, políticas fortalecerán el desarrollo de las empresas.

Sobre los valores que se practican de forma diaria y consistente en la organización:

Figura 17

Valores éticos que se practican consistentemente en la organización



Nota: Encuesta realizada a las empresas con mejor reputación del Ecuador, (2022).

Para un 76% que representa una cantidad de 55 encuestados que respondieron de manera favorable a que en sus organizaciones se mantiene la práctica de valores que permiten desarrollar sus actividades diarias en un ambiente sano, de esa manera el público interno adquiere un mayor sentido de pertenencia y su rendimiento se acrecienta.

Un amplio porcentaje de los encuestados asintió que la práctica continua de la ética empresarial es uno de sus activos más fuertes que se promueven a diario pues así se fortalecen los lazos de unidad como hace referencia Cortina (1998), la ética empresarial consiste en «el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidos por una

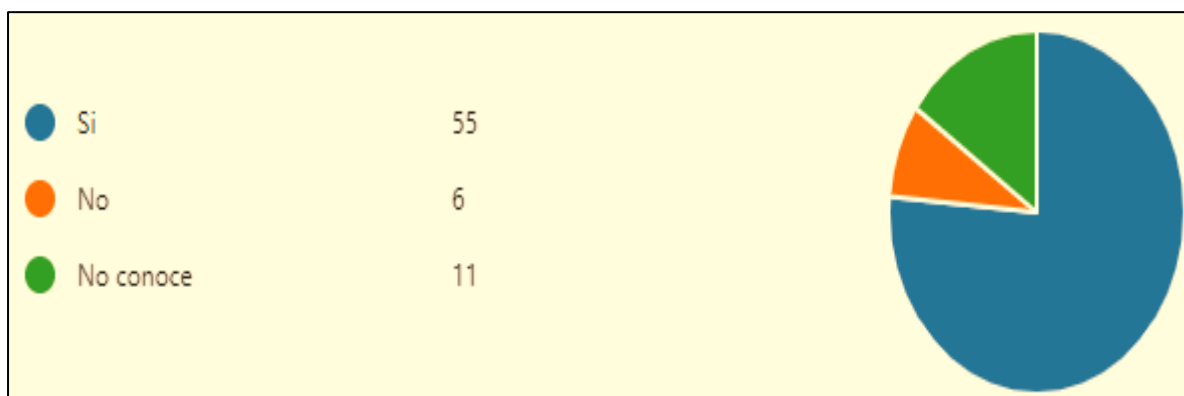
sociedad pluralista al ámbito peculiar de la empresa». Un instrumento, en definitiva, que permite mejorar aspectos como el entorno y clima laboral, promover la igualdad o el respeto a los derechos humanos.

La ética empresarial es el conjunto de valores y normas por los que una empresa se rige a la hora de llevar a cabo su actividad; los principios que dirigen las acciones y toma de decisiones de una organización o entidad. Su objetivo es crear una cultura profesional y ética en la que los valores de la empresa estén alineados con la manera de actuar en la misma, al tiempo que se alcanza una mayor armonía con la sociedad.

Sobre si en la organización se practica el Compliance (cumplimiento de normas):

Figura 18

Practica del Compliance (cumplimiento de normas) en la empresa



Nota: Encuesta realizada a las empresas con mejor reputación del Ecuador, (2022).

La necesidad del Compliance y, concretamente, el cumplimiento de las regulaciones adaptables y la lealtad del negocio, son elementos fundamentales para cualquier empresa, en especial en aquellas que operan en áreas reguladas, como la energía, la banca y la electricidad, telecomunicaciones, transporte o el suministro de agua.

El cumplimiento normativo, para cualquier organización con ánimo de lucro, implica la columna vertebral en la creación de imagen, marca y valor empresarial.

El cumplimiento de las normas éticas y la manifestación de los valores morales dentro de una empresa deben formar parte intrínseca de la cultura organizacional, pues de esa manera se potenciará su accionar y aumentara las probabilidades de crecimiento y desarrollo que fomentará un legado que motive a los nuevos líderes, así como lo sostiene Vera (2021),

la cual sostiene que la exigencia por parte de las nuevas generaciones es contar con estándares mínimos de responsabilidad empresarial, reputación, que dan prestigio y cumplimiento cuando se aplican los principios éticos en sus diferentes actividades.

Conclusiones

La ética en las organizaciones debe ser vista como uno de los pilares fundamentales que guía el accionar de las empresas, para que las empresas puedan mantener su desarrollo es necesario que estas busquen el bienestar común, evitando que los intereses personales se sobrepongan de los intereses organizacionales

Los valores en las organizaciones son el pilar fundamental de la cultura organizacional, además esto permitirá a las empresas tener una guía en el accionar de estas.

El 84% de las empresas consideran que el buen uso de la ética no ha limitado las oportunidades, pero también se establece en un 100% que la ética apoya a la construcción de un clima laboral en el que se permite el desarrollo del personal y de la empresa.

Los principales valores que regentan el accionar de las organizaciones son: lealtad, respeto, confidencialidad, justicia, empatía, honradez. Esto también se va ajustando a los códigos corporativos, los valores institucionales, manuales y reglamentos éticos que se han ido implementando en las organizaciones.

El futuro de las organizaciones depende de una buena práctica ética, si bien es cierto cada empresa puede estar guiada por intereses personales o a su vez por conflictos de intereses; es necesario que se tenga claro que las prácticas éticas pueden guiar y apoyar al desarrollo de las organizaciones.

Por el sector al que pertenece la empresa, el 96% de los encuestados se encuentran dentro de la sección privada, frente al 4% que son de carácter público. Otro de los aspectos generales de las empresas es la región a la que pertenece, donde el 60% es de la Sierra y el 32% a la costa. De esta forma, sólo en un 4% corresponde al oriente y el restante 4% a la Región Insular o Galápagos.

Las buenas prácticas éticas empresariales para los entrevistados coadyuvan en distinguir que las organizaciones “declaran explícitamente en sus misiones” la “honra, reputación”, “transparencia “como parte de la responsabilidad corporativa.

En cuanto a la presencia de los códigos de ética en las organizaciones, los entrevistados consideran que es necesario y aceptable la presencia de las “guías”,

“lineamientos” que conduzcan a las empresas hacia la “toma de decisiones”, tanto a nivel “interno” como “externo”. Un manejo adecuado de un código deontológico en la organización se convierte en “paraguas ético” que dinamizan la actuación y garantizan la preservación de la “reputación empresarial”

Una de las cuestiones fundamentales del estudio es comprobar si existe limitaciones presentadas en las empresas que han condicionado sus oportunidades de negocios. Los datos demuestran que el 84% no consideran que el buen uso de una práctica ética haya limitado sus oportunidades, frente a un 16% que declaran que si les ha restringido oportunidades de negocios.

Recomendaciones

Según los resultados obtenidos a través del presente estudio, se ha podido materializar el concepto de que la ética y su aplicación es primordial para el normal desarrollo de una organización, además de siempre rescatar el valor del capital humano que es pieza clave para sostenerla por ende es paso obligado que cuenten con todos los beneficios de ley junto al trato oportuno en todo momento.

Las organizaciones deben ser el punto clave para el desarrollo de sus públicos internos, esto ayudará a que los empleados se unifiquen creándose un clima laboral que facilite el cumplimiento de los objetivos empresariales, el compromiso en las labores será más fructífero porque en las instituciones se encontrarán empleados que se sienten parte y que saben que las empresas los respaldan pues de esa forma se genera confianza.

Los líderes de las organizaciones juegan un papel fundamental para contribuir al desarrollo del código de ética además de ponerlo en práctica y así mejorar la sostenibilidad de la empresa, además de seguir trabajando en el crecimiento sostenible de responsabilidad social para impulsar la institucionalidad y reputación frente a la comunidad empresarial, pues de esa manera crecerán los niveles de satisfacción, compromiso, entrega y lealtad de los empleados.

Bibliografía

- Aguilló, S. (2019). *La coherencia ética en la gestión de los recursos humanos: un factor clave para la forja del ethos corporativo*. Barcelona: Universitat Ramón Llull.
- Aguirre, G. (2016). El liderazgo de los gerentes de las Pymes de Machala. *Universidad y Sociedad*, 187-195.
- Arredondo, F., Villa, L., & De la Garza, J. (2014). Propuesta para el diseño de un código de ética empresarial basado en la ética kantiana. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, 12-26.
- Castillo, C. (2010). Fundamentos de los códigos de ética de los colegios profesionales. *Educación*, vol. 34, núm. 1, 119-141.
- Castillo, J., Baute, L., Silva, C., Fernández, L., & Seoane, L. (2020). La formación ética desde la institución universitaria. Una propuesta para el estudiante de la licenciatura en contabilidad y finanzas. *Revista Universidad y Sociedad*, 20-29.
- Comisión Europea. (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Lisboa: Casa del libro.
- Consortio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social. (2020). *Manual Para Elaborar Código De Ética Empresarial*. Quito: CERES.
- ESERP. (julio de 2022). *Business & Law School*. Obtenido de Cultura empresarial: <https://bit.ly/3r7kwp5>
- Fuertes, E. (2016). *El Buen Gobierno Corporativo*. Madrid: Universidad en Línea UNIR.
- Giraldo, D., & Naranjo, J. (2014). *Liderazgo: desarrollo del concepto, evolución y tendencias*. Bogotá: Universidad Del Rosario.
- La Provincia. (2022). Responsabilidad Social Corporativa. *Diario de las Palmas*, 2.
- Martínez, J. (2007). Autonomía. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, XL, 711-764.
- Meléndez, Á. (julio de 2022). *Estas son las empresas y líderes con mayor reputación en Ecuador*. Obtenido de Bloomberg Línea: <https://bit.ly/3Z5JbHd/>
- Mondragón, Á. (2016). *Propuesta para mejorar la cultura organizacional de trabajo de la Dgtic De La Sedesol*. México: Infotec Postgrados.

- Moreno, C. (2017). *Ética de la empresa: (de la ética, de la empresa y de la vida)*. Bogotá: Herder.
- Olcese, A. (2005). *Teoría y práctica del buen gobierno corporativo*. Ediciones Jurídicas y Sociales.: Barcelona.
- Polo, S., Estrada, R., Legorreta, L., Ruiz, M., Parra, R., Saavedra, M., . . . Mendoza, F. (2018). *Importancia de los valores para el ejercicio ético de la profesión*. Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Quillo, A. (agosto de 2022). *ACSEND0*. Obtenido de Cultura organizacional: <https://bit.ly/3LbTbZu>
- Revista Informe Empresarial. (2022). El ranking de las 100 empresas con mejor reputación del Ecuador. *Revista Informe Empresarial*, 1-74.
- Revista Líderes. (julio de 2022). *Un ranking mide la reputación empresarial*. Obtenido de Resultados del Merco 2022: <https://bit.ly/3LdXq7c>
- Saá, J. L., Vasco, C. A., Holovaty, M., & Donoso, D. J. (2020). La responsabilidad social empresarial y sus indicadores. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, Saberes del Conocimiento.
- Savater, F. (2014). *Ética para la empresa*. Barcelona: Conecta.
- UNIR. (agosto de 2022). *Acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC): ventajas y ejemplos*. Obtenido de Ingeniería y tecnología: <https://bit.ly/3PtHu2U>
- Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquí. (julio de 2022). *Innovación en las empresas: el camino al éxito*. Obtenido de Admisiones: <https://bit.ly/3PuEeo2>

Apéndice

Apéndice A. Encuesta

Universidad Técnica Particular de Loja

La cultura ética empresarial es el conjunto de principios y normas que buscan un equilibrio justo entre todas las partes que forman una organización.

Bajo este antecedente solicitamos su colaboración respondiendo a esta encuesta, con la finalidad de conocer las prácticas que aportan a la cultura organizacional.

Desde ya agradecemos su participación.

1. Su organización pertenece al sector: Opción única.

- Público
- Privado

2. Su organización cuenta con: Opción única.

- 10 a 50 colaboradores
- 51 a 200 colaboradores
- 201 a 400 colaboradores
- Más de 400 colaboradores

3. ¿Según su percepción, en su organización se fomenta una cultura ética empresarial?

Opción única.

- Si
- No
- En parte

4. ¿Durante el año 2022 ha tenido que tomar decisiones en las que la ética ha jugado un papel importante? Opción única.

- Si
- No

5. ¿Si existen prácticas éticas formales en su organización, éstas le han ayudado a tomar decisiones? Opción única.

- Si

- No
- No existen prácticas éticas

6. ¿Cuáles son las áreas en las que se plantean problemas éticos con más frecuencia?

(señalar como máximo tres) Tipo test.

- Contabilidad y Finanzas
- Recursos Humanos
- Comunicación y marketing
- Compras
- Comercial y ventas
- Operaciones
- Atención al cliente
- Otro

7. Si en su empresa existen prácticas éticas, indique cuáles de las siguientes se realizan. En el caso de no existir ninguna, no responda. Tipo test.

- Difusión de la misión, credos o valores corporativos
- Códigos de conducta
- Códigos de buen gobierno
- Programas de formación ética
- Creación de departamentos éticos o de responsabilidad/reputación corporativa
- Existencia de canales formales para resolución de conflictos y dudas éticas
- Otras

8. ¿A quién está delegada la responsabilidad del seguimiento de las prácticas éticas en su organización? En el caso de no existir esa delegación, no responda. Opción única.

- Director general
- Departamento Responsabilidad Social o Reputación Corporativa
- Departamento Recursos Humanos
- Asesoría Jurídica

- Departamento Relaciones Institucionales
- Departamento Auditoría Interna
- Otro

9. ¿Cuál ha sido el impacto que las prácticas éticas han logrado en su organización?

Tipo test.

- Ha mejorado la reputación de la compañía
- Han hecho que la organización esté más enfocada hacia los valores
- Se han reducido las situaciones delicadas o de conflictos de intereses
- Ha mejorado el clima laboral y la motivación de los empleados
- Han ayudado al cumplimiento de la normativa legal
- Ha mejorado la calidad de los productos o la prestación de los servicios
- Se ha incrementado el volumen de negocio
- Otro

10. ¿Cree que los valores en los que se basan las prácticas son consistentes con el día a día que se vive en su organización? Opción única.

- Si
- No
- En parte

11. ¿En su organización se practica el Compliance (cumplimiento de normas) para establecer estándares y procedimientos adecuados en la gestión? Opción única.

- Si
- No
- No conoce