



Prácticas Éticas: Un estudio de cultura empresarial en Ecuador

Ethical Practices: A study of business culture in Ecuador

Mgtr. Mónica Abendaño-Ramírez

Universidad Técnica Particular de Loja. Ecuador.
mabendano@utpl.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-9549-8996>

Dr. Darío Ramos-Grijalva

Universidad Internacional del Ecuador. Ecuador.
ruramosgr@uide.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-2611-8579>

Mtr. Wilson Nieto-Aguilar

Universidad Tecnológica Israel. Ecuador.
wnieto@uisrael.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3971-5479>

Recepción: 21/02/2024 Revisión: 12/03/2024
Aceptación: 22/11/2024 Publicación: 29/12/2024

Resumen

Este documento presenta los resultados de un estudio realizado por la Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador), la Universidad Internacional del Ecuador y la Universidad Israel del Ecuador con la finalidad de conocer las prácticas que aportan a una cultura ética empresarial en las organizaciones. Los objetivos del estudio apuntan a conocer el grado de fomento de una cultura ética en la gestión empresarial, el de contribución de las prácticas éticas en la toma de decisiones y el de correlación entre problemas éticos dependiendo del área y el tipo de empresa. El artículo es parte de un análisis descriptivo cuantitativo de una muestra de 100 empresas en Ecuador, a las que se les pidió que respondieran a un cuestionario diseñado para recoger datos en los ámbitos mencionados. Las empresas corresponden al sector público, tanto como al privado de Ecuador. Los resultados muestran la disposición por gestionar una cultura ética empresarial en las temáticas planteadas y se establecen conclusiones centradas en la necesidad de la debida diligencia para su logro.

Abstract

This document presents the results of a study carried out by the Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador), Universidad Internacional del Ecuador and the Universidad Israel del Ecuador in order to understand the practices that contribute to an ethical business culture in organizations. The objectives of this study aim to find out the degree of promotion of an ethical culture in business management, the contribution of ethical practices in decision-making, and the correlation between ethical problems depending on the area and type of company. The article is part of a quantitative descriptive analysis of a sample of 100 companies in Ecuador, which were asked to respond to a questionnaire designed to collect data in the aforementioned fields. The companies belong to the public sector as well as the private sector in Ecuador. The results show the willingness to manage an ethical business culture in the issues raised, and the conclusions that are drawn are focused on the need for due diligence in its achievement.

Palabras clave: Cultura; ética empresarial; cumplimiento normativo; prácticas éticas.

Keywords: Culture; business ethics; regulatory compliance; ethical practices.



1. Introducción

La cultura ética empresarial se ha constituido en una herramienta imprescindible de ser gestionada por las organizaciones para el fortalecimiento de su clima y culturas corporativas; y por ello, cada vez más las empresas aplican o replantean sus políticas en concordancia con las expectativas de sus públicos de interés.

El cambiante entorno empresarial y su aceleración en la última década del siglo pasado sitúan a las organizaciones ante nuevos paradigmas de gestión, como el de una cultura ética y el cumplimiento normativo, este último que no constituye objeto de este estudio, al menos no por el momento. Es así como, ante esta realidad, que lejos de ser una moda o un planteamiento normativo por parte de las empresas, es una imperiosa necesidad que debe ser satisfecha para beneficio propio y de los públicos de interés a los que se deben.

A partir de este estudio, se evidencia el compromiso ético de las organizaciones en el grado de fomento de prácticas éticas, en el grado de incidencia de estas en la toma de decisiones y en el grado de correlación a la propensión de problemas éticos por áreas y tipos de empresas, además de la necesaria transparencia de sus actividades y en la vivencia misma del concepto, entendido como la forma en que la empresa integra de manera voluntaria en su estrategia empresarial y en sus procedimientos.

Para corroborar ello, se llevó a cabo una investigación de tipo descriptivo, con el objeto de entrar en contacto con la situación en la que se encuentra el estado actual del tema en cuestión, es decir la cultura ética empresarial como agente vinculante para el fomento de dicha cultura de ética.

1.1. Importancia de la cultura ética empresarial

La transformación de una cultura corporativa hacia una cultura ética viene determinada en gran parte por regulaciones en materia de corrupción y responsabilidad tanto penal como administrativa, situación similar a lo ocurrido en los países vecinos, sin duda obligados por los procesos de buen gobierno y responsabilidad social corporativa que se han vuelto una necesidad y una ventaja competitiva frente a la competencia y a las autoridades de control de cada país.

Fue Chile uno de los primeros países latinoamericanos en instaurar leyes que obligaban a las personas jurídicas a asumir responsabilidades éticas de tipo penal en delitos como lavado de activos. En Perú, lleva tres reformas consecutivas con relación a la responsabilidad ética y administrativa de las personas jurídicas. En México en su código penal, se regula la responsabilidad penal de las organizaciones, desde incluso la falta de observancia de los debidos procedimientos de control de las organizaciones.

En el Ecuador la gestión de prácticas éticas en las empresas cobra cada vez más tintes importantes de la mano de la academia y el sector empresarial. En el 2018 se presentó por primera vez el primer informe de ética empresarial, con el contingente de gremios profesionales y productivos; a saber, el Comité Empresarial Ecuatoriano (CEE), la Cámara de Comercio de Quito y el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) y diversas empresas (El Universo, 2018).

En otro reporte sobre el mismo tema, dos investigadoras de la Universidad Técnica Particular de Loja presentaron una publicación con el título “Cuaderno Prácticas Éticas Empresariales, casos de estudio”, en el que se evidencia el compromiso por gestionar prácticas éticas en 14 empresas del Ecuador, estudio que contó con el monitoreo de la Cátedra Unesco de Ética y Sociedad en la Educación Superior (UTPL, 2020).

No obstante, el estudio más reciente sobre prácticas éticas en Ecuador, lo constituye la investigación realizada por Redroban-Ortiz y Cedeño-Tapia (2022), aporte centrado en la reputación de las organizaciones afectadas por escándalos corporativos debido al incumplimiento normativo. El mismo estudio hace especial énfasis en que son los directivos quienes operativizan las funciones de las empresas y son sus actuaciones en lo público a través de sus actuaciones y conductas las que



definen la cultura de las organizaciones, consecuentemente sus prácticas éticas en el ajuste de la ética e integridad (Redroban y Cedeño, 2022).

La Real Academia de la Lengua Española (s/f) define a la ética como parte de la filosofía, que trata del bien y del fundamento de sus valores universales. Para Cortina y Martínez (2001), la ética es un saber que pretende orientar la acción humana de un modo racional en el conjunto de nuestra vida.

Sobre esa base camina la ética empresarial, que actúa bajo ciertos principios y con acciones concretas para la toma de decisiones, involucrando a sus colaboradores, clientes, proveedores, socios, etc.; que, a través de los códigos de ética, elevan el nivel de compromiso y 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 refleja 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 o cargo que les ha sido asignado. Por tanto, desde la alta gerencia se debe promover el sentido de pertenencia y asegurar que llegue a todos los niveles de la organización. Algo más que se debe precisar y se alinea con lo anteriormente dicho es lo que Guerrero (2019) sostiene:

Por ello, las competencias de la Función de Compliance deben ser definidas por cada entidad según su propio modelo de control interno y en atención a una serie de parámetros como puede ser su tamaño, volumen de negocio, tipología de clientes, ramo en el que opera, etc., respetando el principio de proporcionalidad (p. 9).

A propósito del cumplimiento ético normativo, este desemboca en la exigencia para toda empresa o entidad de gestionar una cultura organizacional en la que se dinamicen sus manifestaciones estructurales, conductuales, simbólicas y materiales sobre la base sólida de valores y principios y que esto sea a la vez el marco de actuación para los colaboradores y todo lo que la empresa a partir de ahí realice en cualquiera de sus relaciones con sus stakeholders.

Si bien el cumplimiento ético actúa dentro de un marco regulatorio frente a un conjunto de buenas prácticas adoptadas por las organizaciones para identificar y clasificar los riesgos operativos y legales a los que se enfrentan, también abona sustancialmente al camino que recorre la ética hacia la construcción de una cultura de prevención, frente a la ausencia de valores, y en beneficio de los colaboradores. Una organización debe hacer un planteamiento integral del papel que juega en un contexto social amplio, tomando conciencia de sus impactos y asumiendo las responsabilidades que le correspondan (Bajo, 2015).

En la actualidad, no se trata simplemente de elegir entre cumplir con las normas legales o abordar las situaciones de riesgo que podrían amenazar la estabilidad y continuidad de las operaciones de una organización. Más bien, se ha convertido en una necesidad imperativa que al tomar decisiones se contemplen enfoques fundamentados en la ética. Estos enfoques éticos, que abarcan elementos como códigos éticos, responsabilidad social y gobernanza, no solo promueven, sino que también permiten la integración efectiva de consideraciones éticas en la toma de decisiones, asegurando así un camino hacia la sostenibilidad y el éxito empresarial (Ferrell et al., 1998).

La ética y el cumplimiento normativo se complementan, dado que este parte de unos valores éticos, y que más allá del precepto legal, la integridad corporativa es la que marca la diferencia y abre el camino hacia empresas socialmente responsables con sus colaboradores y clientes.

1.2. Prácticas Éticas

Para el cumplimiento de normas o políticas, es necesario volver a aquellos valores definidos e institucionalizados y que en el mundo empresarial se transforman en buenas prácticas, que aportan como pilar básico para construir y mantener una buena reputación. Algunos ejemplos:

Desarrollar una cultura organizacional con valores comunes para todos sus miembros. Lo que significa que estos valores no solamente deben leerse en la estafeta, más allá de eso, hacerlos parte

de la convivencia diaria, por ejemplo: a través de campañas internas que sumen a la cultura y que se reflejen externamente. El primer paso para conocer a una organización es conocer su cultura en la cual se comparten una serie de valores y creencias que influyen en el comportamiento de los empleados (Chiavenato, 2009).

Lograr la satisfacción de los colaboradores involucrados en la organización, para una gestión ética, tal como lo explica la teoría de motivación del psicólogo estadounidense Abraham Harold Maslow, conocida como la Pirámide de Maslow, intenta explicar qué impulsa la conducta humana, a través de cinco niveles que están ordenados jerárquicamente según las necesidades de las personas. Y una de ellas, las necesidades de autorrealización, relacionadas directamente con el crecimiento personal del colaborador. El último nivel y en el que se precisa encontrar un verdadero sentido a la vida laboral y todo su aporte para ayudar en el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

También cuentan como buenas prácticas, identificar a través de talleres, juegos, dinámicas, focus group, los posibles conflictos internos, el incumplimiento de políticas y códigos de ética, la falta de transparencia en la gestión, etc. La estrategia, escuchar a los colaboradores.

2. Metodología

Esta investigación no experimental transversal en su fase empírica es parte de un análisis descriptivo cuantitativo de una muestra no probabilística. Se solicitó la participación de 100 organizaciones tanto del sector público como privado. En esta fase empírica del estudio sobre la cultura ética, se determinó a criterio de los investigadores una muestra disponible no probabilística de 100 organizaciones públicas y privadas de distintos sectores y de diversas actividades, esto debido a la dispersión geográfica y la accesibilidad de los sujetos investigados. Algunas de ellas son: Telconet, Arca Continental Ecuador, Corporación Noboa, El Ordeño, Grupo Industrial Graiman, Pfizer, Pronaca, Seguros Equinoccial, La Holandesa, Banco de Pichincha, Coral Hipermercados, DirecTV, Metropolitang Touring, Assa Automotores de la Sierra, Lácteos San Antonio, Banco de Guayaquil S.A, Primax, Corporación El Rosado, Dipor S.A., Almacenes Tía, entre otras.

El diseño contempló las siguientes fases:

2.1 Cuestionario Previo

Se diseñó un cuestionario de 25 preguntas, las mismas que fueron modificadas sobre la base del cuestionario de análisis de cultura propuesto por Fita (1999). De las 25 preguntas, 5 apuntaban hacia conocer el estado de las prácticas éticas. El resto de las preguntas se levantaron con el fin de diseñar otros estudios relacionados a la cultura organizacional: tipos y dimensiones, y que no son parte de este estudio, pero que sin duda serán de gran relevancia, cuando si fuese el caso, este estudio se convierta en uno longitudinal.

2.2 Elección y Preparación de los Participantes

La selección de los participantes fue sobre la base de los años de trayectoria, cargos de alta gerencia con capacidad para tomar decisiones, hombres y mujeres, con formación en administración de empresas, marketing, comunicación organizacional y relaciones públicas, además uno de los factores primordiales fue la experiencia de estos de laborar en el área que se solicitó su participación con algo más de 10 años de experiencia.

Como aliciente para participar en el estudio, se les ofreció como compensación diseñar una propuesta para consolidar y fortalecer el sistema cultural de las empresas, en caso de que la investigación arrojase resultados negativos.

2.3 Preparación del Material

El instrumento fue validado por expertos en comunicación organizacional.

Los resultados obtenidos permitieron definir el panorama de las buenas prácticas en la estructura empresarial del Ecuador, y como estas han sido insertadas en su cultura corporativa.



3. Resultados

3.1 Análisis Estadístico

Para determinar las prácticas éticas empresariales en la población de esta muestra no probabilística, los datos obtenidos de los 100 cuestionarios se introdujeron en el programa informático SPSS para obtener datos que brindaran la valoración de las tendencias de las prácticas éticas, en ese sentido se elaboró un análisis estadístico descriptivo. La encuesta se aplicó durante un mes de manera online durante el primer trimestre del 2023

Para la recolección de los datos planteamos preguntas cerradas dicotómicas y de opción múltiple de una sola respuesta y de varias respuestas, así como tabulaciones simples y cruzadas con tres tipos de datos: nominal, discreto y continuo (Hernández y Mendoza, 2018).

Para la prueba de hipótesis en lo concerniente a las áreas donde se presentarían problemas éticos con mayor frecuencia y de acuerdo con el tipo de empresa, se determinó la relación y grado de dependencia entre variables cuantitativas y nominales mediante la prueba del Chi Cuadrado. Vale mencionar que las hipótesis por aceptar o rechazar fueron:

- H0 Los problemas que se generan respecto a la ética y que se presentan en el área de ATENCIÓN AL CLIENTE, NO dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada).
- H1 Los problemas que se generan respecto a la ética y que se presentan en el área de ATENCIÓN AL CLIENTE dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (Pública o privada).
- H0 Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de COMERCIAL Y VENTAS, NO dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada).
- H1 Los problemas que se generan respecto a la ética y que se presentan en el área de COMERCIAL Y VENTAS dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (Pública o privada).
- H0 Los problemas que se generan respecto a la ética y que se presentan en el área de COMPRAS, NO dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada).
- H1 Los problemas que se generan respecto a la ética y que se presentan en el área de COMPRAS dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (Pública o privada).
- H0 Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de COMUNICACIÓN Y MARKETING, NO dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada).
- H1 Los problemas que se generan respecto a la ética y que se presentan en el área de COMUNICACIÓN Y MARKETING dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (Pública o privada).
- H0 Los problemas que se generan respecto a la ética y que se presentan en el área de CONTABILIDAD Y FINANZAS, NO dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada).
- H1 Los problemas que se generan respecto a la ética y que se presentan en el área de CONTABILIDAD Y FINANZAS dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (Pública o privada).
- H0 Los problemas que se generan respecto a la ética y que se presentan en el área de OPERACIONES, NO dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada).
- H1 Los problemas que se generan respecto a la ética y que se presentan en el área de OPERACIONES dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (Pública o privada).
- H0 Los problemas que se generan respecto a la ética y que se presentan en el área de TALENTO HUMANO, NO dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada).
- H1 Los problemas que se generan respecto a la ética y que se presentan en el área de TALENTO HUMANO dependen del TIPO DE INSTITUCIÓN (Pública o privada).

3.2. Hallazgos Importantes

El perfil de las empresas investigadas en su mayoría es privado (86%), lo que demuestra que estas son más propensas a colaborar y a proporcionar información, tal y como se observa en la tabla 1.

Tabla 1. Perfil de las empresas investigadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Público	14	14,0	14,0	14,0
	Privado	86	86,0	86,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Otro hallazgo importante en esta investigación es que la mayoría de las empresas pertenecen al sector de las PYMES, y son estas en las que mayoritariamente se fomentan las prácticas éticas (ver tabla 2).

Tabla 2. Clasificación de empresas por el número de colaboradores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 10 colaboradores	55	55,0	55,0	55,0
	11 a 50 colaboradores	13	13,0	13,0	68,0
	51 a 200 colaboradores	5	5,0	5,0	88,0
	201 a 400 colaboradores	15	15,0	15,0	83,0
	Más de 400 colaboradores	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Con relación al fomento de una cultura ética empresarial, según el tipo de empresa, este estudio arroja que son las empresas privadas las que fomentan en mayor medida prácticas de cultura ética (78%). Tal y como se observa en la tabla 3.

Tabla 3. Cultura ética empresarial según el tipo de empresa.

			Su organización pertenece al sector:		Total
			Público	Privado	
¿Según su percepción, en su organización se fomenta una cultura ética empresarial?	En parte	Recuento	4	15	19
		% dentro de Su organización pertenece al sector:	28,6%	17,4%	19,0%
	No	Recuento	3	0	3

		% dentro de Su organización pertenece al sector:	21,4%	0,0%	3,0%
	Sí	Recuento	7	71	78
		% dentro de Su organización pertenece al sector:	50,0%	82,6%	78,0%
Total		Recuento	14	86	100
		% dentro de Su organización pertenece al sector:	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Sobre si las prácticas éticas en las organizaciones han ayudado en la toma de decisiones, son las empresas del sector privado las que reportan resultados favorables en cuanto a la toma de decisiones con un 92% (ver tabla 4).

Tabla 4. Prácticas éticas y toma de decisiones.

			Su organización pertenece al sector:		
			Público	Privado	Total
¿Si existen prácticas éticas formales en su organización, éstas le han ayudado a tomar decisiones?	No existen prácticas éticas	Recuento	2	6	8
		% dentro de Su organización pertenece al sector:	14,3%	7,0%	8,0%
	Si existen prácticas éticas	Recuento	12	80	92
		% dentro de Su organización pertenece al sector:	85,7%	93,0%	92,0%
Total		Recuento	14	86	100
		% dentro de Su organización pertenece al sector:	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Para complementar el trabajo de investigación y conocer la relación entre las variables se toma como referencia 7 departamentos que incluyen atención al cliente, comercial y ventas, compras, comunicación y marketing, contabilidad y finanzas, operaciones y talento humano. Estas variables se cruzan con el tipo de empresa que para el caso son públicas y privadas. El objetivo de aplicar el estadístico chi cuadrado es para determinar el grado de correlación entre las variables descritas, mediante la prueba de hipótesis que se establece en la tabla.

En las áreas donde se presentan problemas éticos con mayor frecuencia y de acuerdo con el tipo de empresa, se acepta la hipótesis alternativa, llegando a la conclusión de que son las empresas públicas las más propensas a cometer fallas o errores de esta índole.

Tabla 5. Grado de correlación entre las áreas de las organizaciones y el tipo de empresa.

Variable	Chi-cuadrado de Pearson	df	Significación asintótica (bilateral)	Hipótesis	Aceptación / rechazo de la hipótesis
Atención al cliente	2,724 ^a	9	0,974	H ₀ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de ATENCIÓN AL CLIENTE, NO depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Rechaza H0
				H ₁ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de ATENCIÓN AL CLIENTE depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Acepta H1
Comercial y ventas	9,567 ^a	9	0,387	H ₀ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de COMERCIAL Y VENTAS, NO depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Rechaza H0
				H ₁ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de COMERCIAL Y VENTAS depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Acepta H1
Compras	11,714 ^a	9	0,230	H ₀ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de COMPRAS, NO depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Rechaza H0
				H ₁ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de COMPRAS depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Acepta H1
Comunicación y marketing	4,429 ^a	9	0,881	H ₀ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de COMUNICACIÓN Y MARKETING, NO depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Rechaza H0
				H ₁ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de COMUNICACIÓN Y MARKETING depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Acepta H1
Contabilidad y Finanzas	13,073 ^a	9	0,159	H ₀ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de CONTABILIDAD Y FINANZAS, NO depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Rechaza H0
				H ₁ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de CONTABILIDAD Y FINANZAS depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Acepta H1
Operaciones	6,484 ^a	9	0,691	H ₀ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de OPERACIONES, NO depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Rechaza H0
				H ₁ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de OPERACIONES depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Acepta H1
Talento Humano	5,824 ^a	9	0,757	H ₀ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de TALENTO HUMANO, NO depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Rechaza H0
				H ₁ Los problemas que se generan respecto a la ética, y que se presentan en el área de TALENTO HUMANO depende del TIPO DE INSTITUCIÓN (pública o privada)	Acepta H1

Fuente: elaboración propia



Esta investigación se encontró con que en el medio ecuatoriano las prácticas éticas son temas que hoy representan mucho interés por parte de las organizaciones, y en el caso que nos ocupa son mayoritariamente las empresas de carácter privado las que más propensas están a proporcionar información al respecto de estos temas. El fenómeno PYMES no deja de sorprender, toda vez que son estas las que más importancia les dan a las prácticas éticas. En el fomento de una cultura ética son las empresas privadas las que al parecer gestionan y socializan sus prácticas éticas, esta percepción se deriva de los directivos cuestionados sobre el tema.

La toma de decisiones sobre la base de prácticas éticas en las empresas privadas tanto como en las públicas tienen niveles aceptables, lo que deja entrever que prácticamente la cultura ética se ha convertido en un modelo de gestión imprescindible de ser gestionado, y que sin duda despierta un altísimo interés en la población investigada.

Ahora bien, con relación a las siete áreas analizadas de las empresas en las que se suelen presentar problemas éticos, cada una de estas variables se cruzaron con las de tipo de empresas: públicas y privadas.

Resultado de la aplicación del estadístico Chi Cuadrado se determina que los 7 departamentos o áreas tiene un patrón en común y es que los problemas que se generan respecto a la ética dependen del tipo de empresa y para el caso de estudio concluimos aceptando la hipótesis alternativa (H1).

4. Discusión y Conclusión

La mayoría de los encuestados, a pesar de que reconocen la importancia de la incidencia de la cultura ética en la gestión empresarial, existen aún en pequeño número organizaciones que no la relacionan con el fortalecimiento de su gestión, puesto que no poseen estrategias sostenibles o modelos de gestión de prácticas éticas, y menos orientan el conocimiento de la ética hacia su fomento, toma de decisiones y observancia de problemas éticos en las áreas de las organizaciones.

Si bien es cierto, la mayoría de las unidades analizadas poseen la debida diligencia de una cultura ética empresarial, sobre todo en lo referente al rol que asume la ética en las prácticas éticas formales, en la toma de decisiones y en los problemas de tipo ético; todavía hay un número considerable de empresas en que la gestión como política global y generalizada, permanece desconectada y no responde o no se encuadra dentro de un modelo de gestión de cultura ética empresarial, de este modo los valores (elementos fundamentales de toda cultura empresarial), no cumplen con su cometido, que es el de ser interiorizados en cada una de sus áreas para que los vivan plenamente en todo lo encomendado hacia estas, a través de códigos de ética para con ello elevar el nivel de compromiso y transparencia de todos sus actores.

Se considera factible el diseño de una estrategia permanente de cultura ética empresarial, de modo que se fortalezca junto con ello intangibles como la personalidad, el discurso, la identidad, la imagen y la reputación corporativas, tanto en el área interna como externa de la organización, priorizando para este cometido el fomento del diálogo institucional. Sobre la transversalidad del estudio, sería interesante ensayar un examen longitudinal, y analizar la evolución de las prácticas éticas en las distintas áreas que conforman a las empresas estudiadas, sobre todo en lo relacionado a la propensión de problemas éticos y su resolución.

La gestión de una cultura ética empresarial en medios como el ecuatoriano, y particularmente en las empresas objeto de estudio, aún no alcanza el nivel de modelo de gestión. Las empresas se deben acostumbrar a desarrollar prácticas de manera sostenible y permanente, de tal manera que los sectores empresariales se beneficien de los réditos de poseer una debida diligencia de la cultura ética empresarial asumiendo cada área, división o departamento su propia responsabilidad y cumplimiento ético.

Siendo así, no resultaría complicado para las empresas proyectar una imagen coherente y armónica en los públicos internos y externos, sobre la base de una estrategia de gestión ética de la cultura

proyectada desde los valores corporativos, redefiniendo con ello el propósito de su existencia (Business Roundtable, 2019)

Las empresas incapaces de gestionar una cultura ética no podrán o no han podido determinar o descifrar la relevancia de la cultura ética como una herramienta decidora a la hora de gestionar su imagen y reputación en todos los niveles que esta comporta, actuando dentro de un marco regulatorio para identificar brechas, riesgos o crisis.

Esta tarea no puede quedar en estado vegetativo, aun cuando los resultados de esta investigación sean satisfactorios, existe todavía una ceguera generalizada sobre la importancia de su consecución, tal como se revela en el fundamento de este estudio.

La falta de gestión de la cultura ética se debe también a una falta de identidad propia. No hay conciencia de los impactos beneficiosos como se señala en este estudio, y menos un discernimiento claro del concepto. Un modelo de gestión de cultura debe ser integral con la participación de los colaboradores, propietarios, socios y demás públicos de interés, que integradamente contribuyan a la construcción de la misión y la visión consignando para sí una cultura de prevención a la falta de valores y beneficio de los colaboradores.

Las organizaciones deben adoptar una actitud íntegra de conciencia de marca empleadora en sus colaboradores, sobre la integración del plan de negocios y la cultura, es decir un planteamiento integral del papel que juega en el contexto social como ciudadana socialmente responsable, tomando conciencia de sus impactos en lo económico, social, laboral, ambiental y por supuesto ético para así consolidar mediante valores definidos e institucionalizados, códigos éticos, responsabilidad social empresarial y gobernanza, una cultura fuerte, abierta y activa adaptativa (Scheinshon, 2009).

En palabras de Chiavenato (2009), el primer paso para conocer a una organización es conocer su cultura, pero este dilema va más allá de conocer dicha cultura, sino que además se sepa el tipo de cultura que se debe gestionar, aquella que permita las buenas prácticas éticas y el cumplimiento normativo de manera armonizada y transparente.

Referencias bibliográficas

Abendaño, M., Guamán, G. y Vayas, E. (2022). Good business practices in Ecuador. Año 2021. HUMAN REVIEW. International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades, 14(4), 1-8. <https://doi.org/n3h8>

Abenoza, S. (2017). La ética en la empresa: entre el deber y la realidad [Tesis doctoral, Universitat de Barcelona]. <https://bit.ly/3NZDN0Q>

Bajo, A. (2015). El discurso de la sostenibilidad en la empresa española [Tesis de doctorado, Universidad Pontificia Comillas].

Business Roundtable (2019). «Corporate Governance. Business Roundtable Redefines the Purpose of a Corporation to Promote “An Economy That Serves All Americans” ». Business Roundtable. <https://bit.ly/4hnnPgi>

Chiavenato, I. (2009). Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones (2.ª ed.). México: McGraw-Hill.

Correa, J., Rodríguez, M. y Alonso, M. (2018). Liderazgo ético en las organizaciones: una revisión de la literatura. AD-minister, (32), 57-82. <https://doi.org/n3h9>

Cortina, A. (1994). Ética de la empresa: claves para una nueva cultura empresarial. Madrid, España: Trotta.

Cortina, A. (2005). Ética. Madrid, España: AKAL.

Cortina, A. y Martínez, E. (2001). Ética (3.ª ed.). España: Ediciones Akal, S.A.



Duque, V.; Abendaño, M. y Jaramillo, A. (2019). La práctica de valores hacia una cultura de paz en empresas públicas y privadas del Ecuador. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*, (E20), 364-376. <https://bit.ly/3gNICwK>

El universo. (2018, noviembre 20). Se presenta el primer estudio de ética de empresas. *El universo*. <https://bit.ly/3WrOTmo>

Ferrell, O. C., LeClair, D. T., & Ferrell, L. (1998). The federal sentencing guidelines for organizations: A framework for ethical compliance. *Journal of Business Ethics*, 17(4), 353-363.

Fita, J. (1997). *Comunicación en programas de crisis*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Guerrero, E. (2019). *Compliance y ética empresarial: La cultura ética como motor del cambio de la actividad aseguradora* [Tesis de maestría, Universitat de Barcelona].

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: Editorial McGraw-Hill.

Pérez, J. (2018). *El impacto de la tecnología en la educación* [Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México].

Redroban-Ortiz, C. L. y Cedeño-Tapia, S. J. (2022). Compliance en Ecuador, desafío tripartito entre gobierno, empresa y academia: El diagnóstico. *Epistemia Revista Científica*, 6(2), 17-34. <https://doi.org/n3h7>

Scheinshon, D. (2009). *Comunicación estratégica: Management y fundamentos de la imagen corporativa*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.

UTPL. (2020, junio 25). Cuaderno de prácticas éticas empresariales, casos de estudio. *UTPL Blog*. <https://bit.ly/4auvY09>