

ÉTICA EMPRESARIAL, COMERCIO, ADMINISTRACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

TOMO 1



ISBN: 978-9942-580-25-2



**Ética Empresarial, Comercio, Administración
y Responsabilidad Social**

Tomo 1

CRÉDITOS

Dirección y Coordinación Editorial: Sara Díaz Villacís

Revisión de contenido

Revisión de contenido: Christian Armendáriz PhD (c)

Revisión pedagógica: Fabrizzio Andrade PhD (c)

© ® Derechos de copia y Propiedad intelectual

Diseño portada: *Sara Díaz V*

Libro bajo revisión técnica y didáctica de pares

Guayaquil - Ecuador

Junio del 2025

ISBN: 978-9942-580-25-2

Descarga:

<https://liveworkingeditorial.com/product/978-9942-580-25-2/>

Enlace del DOI:

<https://doi.org/10.63792/978-9942-580-25-2>

INDEXACIÓN



Google Play
Books



Crossref

Presentación de la obra

La universidad, al igual que todo en la naturaleza se adapta, se transforma y finalmente evoluciona para mejorar la adaptación y supervivencia como un organismo viviente en un entorno cambiante. En un sentido más amplio, la evolución implica un proceso de cambio y mejora continua, ya sea en individuos, organizaciones o incluso ideas.

Justamente dentro del constante proceso de evolución de la universidad, el estudiante tiene que desempeñar un rol protagonista en la generación de nuevos saberes y conocimientos, esto es bajo la guía y tutela de aquellos profesores comprometidos con lograr la excelencia académica, social y sobre todo fomentando el desarrollo de habilidades, competencias y valores que permitan a los estudiantes desenvolverse de manera exitosa en la vida personal y profesional.

Es así que, en la búsqueda de la excelencia, la presente obra denominada *Ética empresarial, Comercio, Administración y Responsabilidad Social - Tomo 1*, ha sido desarrollada por los estudiantes de la Carrera de Licenciatura en Comercio Exterior, paralelos CEX-S-MA-3-3 y CEX-S-MA-3-5 junto con sus docentes guía de la Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas de este centro de educación superior.

La investigación en la universidad es un proceso sistemático y riguroso que busca generar nuevos conocimientos, resolver problemas y mejorar la comprensión de diversos fenómenos. Es esencial para el avance académico, el desarrollo profesional de estudiantes y docentes, y para contribuir al progreso de la sociedad, este paradigma intelectual es posible únicamente con el compromiso de todos los stakeholders del mencionado proceso de formación, teniendo como eje fundamental a los estudiantes universitarios, es así que, producto del esfuerzo, dedicación, guía y sabias enseñanzas en conjunto con los profesores guía de esta obra, los estudiantes de la Carrera de Licenciatura en Comercio Exterior logran materializar este producto de un alto valor científico y rigurosidad académica, convirtiéndose en un legado para toda la humanidad.

Coyunturalmente a la rigurosidad con que ha sido desarrollada la presente obra, en esta oportunidad nos acompañan el Dr. Galvarino Lautaro Casanueva Yañez, Docente de la Universidad de Las Américas - Sede Providencia, Destacado docente investigador chileno, y, el Mgs. Carlos Alberto Almeida Alvarado, Docente Universidad Tecnológica ECOTEC, destacado docente investigador local, dando así un realce internacional y local de gran nivel vertido en sus relevantes aportes científicos.

Adicionalmente queda demostrado que el trabajo colaborativo inter multidisciplinario desplegado entre estudiantes de la Universidad de Guayaquil, junto con sus docentes guía, y la participación de los destacados investigadores de la Universidad de Las Américas – Sede Providencia, y de la Universidad Tecnológica ECOTEC han permitido garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje que servirán para toda la vida a la humanidad a través de esta obra que entregamos al mundo, alcanzando el Objetivo #4 de Desarrollo sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, llamado “Educación de Calidad”.

En un mundo donde existen muchos sabios, necesitamos más personas buenas, comprometidas con el cambio y con el rumbo del mañana. Que cada palabra y cada texto de este libro sean una inspiración para la comunidad lectora, resonando con verdad y propósito. Esta obra es una pequeña muestra de cómo, en cada estudiante, habita un mundo de conocimientos y saberes que, junto a una guía correcta, puede transformarse en los grandes liderazgos del mañana. Solo se necesita ese empujón inicial para sobresalir y desplegar las alas en los vastos campos del saber. Que futuras generaciones encuentren en estas páginas el eco auténtico de nuestro esfuerzo compartido y descubran la esperanza de que, a través de la investigación y el comercio exterior, podemos sembrar las semillas de un mundo más justo, conectado y lleno de oportunidades.

Guido Homero Poveda Burgos

Docentes de la Universidad de Guayaquil
**Líderes de la obra “ética Empresarial, Comercio,
Administración y Responsabilidad Social - Tomo 1”**



Guido Poveda Burgos



Delia Cevallos Castro



Clara Cabrera Jara

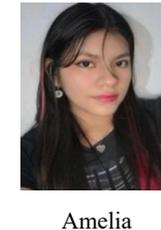


Lourdes Sambonino García



Julio Baque Mielles

Estudiantes de la Carrera de Licenciatura en Comercio Exterior de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, participantes en la presente obra – CEX-S-MA-3-3

 <p>Jefferson Almeida Torres</p>	 <p>Ariel Arias Mosquera</p>	 <p>Kristhel Burgos Alejandro</p>
 <p>Anthony Caice Freire</p>	 <p>Amelia Carvache Carrera</p>	 <p>Analía Carpio Jordán</p>
 <p>Kristel Chalen Asencio</p>	 <p>Karen Chávez Domínguez</p>	 <p>Katty Daqui Caín</p>



Diego
Gallardo Villamar



Adriana
García Carvache



Milly
Garzón Morán



Krystel
Granoble Castro



Anthony
Guadamud Ramírez



Jandry
Intriago Vargas



Roberto
Malagón Delgado



Ariel
Marín Palma



Jeison
Martínez Mateo



Naomi
Menoscal Bailón



Jordy
Naranjo Chávez



Ariana
Pagalos Sigüenza



Jean
Palma Barboto



Josue
Parrales Gonzales



Analía
Ramírez Rivas



Andrés
Reiban Panta



Daniel
Rios Barreiro



Nataly
Vallejo Demera



Mirka
Vera Vera



Kristel
Villafuerte Quintero



Dayana
Zambrano Fabara

Estudiantes de la Carrera de Licenciatura en Comercio Exterior de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil, participantes en la presente obra – CEX-S-MA-3-5

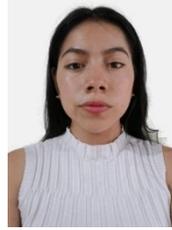
 <p>Camila Aguayo Sánchez</p>	 <p>Arelys Alcívar Suárez</p>	 <p>Nohelia Alvarado Coello</p>
 <p>Maidely Arias Peralta</p>	 <p>Luis Belduma Gía</p>	 <p>Johan Bravo Galarza</p>
 <p>Jenniffer Castro Torres</p>	 <p>Lady Chacaguasay Guacho</p>	 <p>Marlene Delgado Arias</p>



Ronald
Duarte Mota



María
Gamboa Saraguro



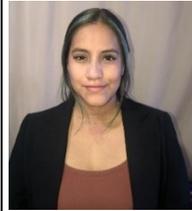
Mariuxi
Gaona Cruz



Xiomara
Guerrero Anzules



Lissette
Guzñay Betun



Jahaira
Infante Banchón



Antonella
León Loy



Orly
Lozano Mayorga



Nayeli
Macías Tapia



Johan
Magallanes Herrera



Hugo
Martinez Mendoza



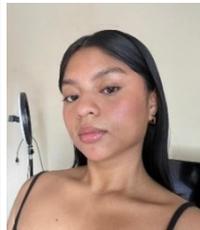
Cacely
Mieles Pacheco



Milagros
Mise Moreira



Peter
Mite Zapata



Keila
Morales Cruz



Yocabeb
Morán Herbozo



Stephany
Ormeño Cedeño



Nixon
Pineda Carrillo

 <p>Carlos Rendón Reyes</p>	 <p>Alexandra Rodríguez Chancay</p>	 <p>Brithanyc Samaniego Vergara</p>
 <p>Sheyla Sánchez Plúas</p>	 <p>Josue Sánchez Quimis</p>	 <p>Daniela Santos coral</p>
 <p>Romina Torres Alvarado</p>	 <p>Naydelin Valverde Sevillano</p>	 <p>Ariana Vélez Roman</p>



Ángel
Villán Macías



Valesska
Viteri Burgos



Rossy
Yépez Suárez



Emily
Zambrano Rodríguez

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	1
CAPITULO I.....	1
Empresas operadoras de comercio exterior en el ecuador y su impacto en la sociedad.....	1
1.1 Resumen	2
1.2 Introducción.....	2
1.3 Metodología.....	3
1.4 Desarrollo.....	4
1.5 Resultados.....	6
CAPITULO II.....	10
Gestión Empresarial Ética y Responsable: Un Enfoque Integral hacia el Comercio Sostenible, el Compromiso Comunitario y la Gobernanza Corporativa	10
2.1 Resumen	10
2.2 Introducción.....	11
2.3 Metodología.....	16
2.4 Diseño de investigación	17
2.5 Desarrollo.....	17
2.6 Resultados.....	19
Capítulo III	24

Responsabilidad Social de las empresas importadoras y exportadoras del Ecuador	24
3.1 Resumen	24
3.2 Introducción.....	25
3.3 Diseño de investigación	27
3.4 Desarrollo.....	28
3.5 Resultados.....	32
Capítulo IV	35
Responsabilidad administrativa en tiempos de cambio: el papel estratégico de la RSE en la nueva gestión empresarial	35
4.1 Resumen	35
4.2 Introducción.....	36
4.3 Metodología empleada.....	39
4.4 Justificación de la metodología.....	40
4.5 Conclusión del diseño	41
4.6 Resultados.....	45
Capítulo V	49
La Responsabilidad Social Empresarial frente al Cambio Climático: Retos y Oportunidades para el Comercio Exterior en Ecuador.....	49
5.1 Resumen	50
5.2 Introducción.....	50
5.3 Metodología.....	53

Retos y oportunidades de la RSE frente al cambio climático en el comercio exterior ecuatoriano	59
5.4 Resultados.....	61
Capítulo VI	64
La Responsabilidad social Empresarial como estrategia de Gestión Ética en mercados competitivos	64
6.1 Resumen	65
6.2 Introducción.....	65
6.3 Diseño de investigación	71
6.4 Resultados.....	76
6.5 ANEXOS	79
Capítulo VII	83
Comercio responsable y ética corporativa: Un nuevo paradigma administrativo	83
7.1 Resumen	84
7.2 Introducción.....	84
7.3 Metodología.....	86
7.4 Desarrollo.....	86
7.5 Resultados.....	92
7.6 Conclusiones	93
Capítulo VIII	95
El comercio como herramienta de Responsabilidad Social Empresarial en mercados globalizados	95
8.1 Resumen	96

8.2	Introducción.....	96
8.3	Metodología.....	99
8.4	Desarrollo.....	100
8.5	Resultados.....	106
Capítulo IX		108
Responsabilidad Social y Ética en la empresa moderna		108
9.1	Resumen	109
9.2	Introducción.....	109
9.3	Metodología.....	112
9.4	Desarrollo.....	112
9.5	Resultados.....	125
Capítulo X		128
Relación entre ética y rentabilidad empresarial		128
10.1	Resumen	129
10.2	Introducción.....	129
10.3	Metodología.....	134
10.4	Desarrollo.....	140
10.5	Resultados.....	144
10.6	Discusión de los Resultados	146
Conclusiones		147
Capítulo XI		148
Conflictos éticos en el ámbito empresarial		148
11.1	Resumen	149

11.2	Introducción.....	149
11.3	Metodología.....	153
11.4	Desarrollo.....	155
11.5	Casos prácticos.....	161
11.6	Resultados.....	163
Capítulo XII		166
El rol del liderazgo ético en la administración y el comercio		166
12.1	Resumen	167
12.2	Introducción.....	167
12.3	Metodología.....	171
12.4	Desarrollo.....	172
12.5	Conclusión.....	183
Capítulo XIII		185
Transparencia empresarial: clave para la ética y el cumplimiento normativo.....		185
13.1	Resumen	186
13.2	Introducción.....	186
13.3	Metodología.....	189
13.4	Desarrollo.....	195
13.5	Conclusión.....	211
Capítulo XIV		213
Desafíos contemporáneos y perspectivas futuras de las empresas en el mercado global		213

14.1	Resumen	214
14.2	Introducción.....	214
14.3	Metodología.....	215
14.4	Desarrollo.....	215
14.5	Resultados.....	223
14.6	Conclusión.....	229
Capítulo XV		231
Sostenibilidad empresarial y economía circular: un compromiso ético hacia el futuro		231
15.1	Resumen	232
15.2	Introducción.....	232
15.3	Metodología.....	235
15.4	Desarrollo.....	237
15.5	Resultados.....	243
Capítulo XVI		248
Beneficio de la responsabilidad social empresarial en la innovación de modelos productivos tradicionales en el Ecuador.....		248
16.1	Resumen	249
16.2	Introducción.....	249
16.3	Desarrollo.....	250
16.4	Metodología.....	256
16.5	Conclusión.....	257
Capítulo XVII		258

Fundamentos éticos para el comercio, la administración y la Responsabilidad Social Empresarial	258
17.1 Resumen	259
17.2 Introducción.....	259
17.3 Metodología.....	262
17.4 Conclusión.....	282
Capítulo XVIII	285
Transformación Digital y Auditoría Gubernamental en Ecuador: Reflexiones sobre el Modelo Cero Papeles y su importancia	285
18.1 Resumen	286
18.2 Introducción.....	286
18.3 Literatura	287
18.4 Metodología.....	288
18.5 Resultados.....	289
18.6 Conclusiones	299
Capítulo XIX	301
El nuevo desafío de Recursos Humanos y la importancia de crear valor con los colaboradores	301
19.1 Introducción.....	303
19.2 Desarrollo.....	304
19.3 Conclusiones	306
Referencias bibliográficas.....	307



CAPITULO I

Empresas operadoras de comercio exterior en el ecuador y su impacto en la sociedad



Docente de la Universidad de Guayaquil

Guido Homero Poveda Burgos

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Nataly Vallejo Demera

Milly Garzón Morán

Carlos Palma Jean

Katty Daqui Caín

1.1 Resumen

En el Ecuador, el comercio exterior se ha consolidado como uno de los motores clave para el desarrollo económico y la inserción del país en los mercados globales. Este capítulo examina el papel de las empresas operadoras de comercio exterior, fundamentales para facilitar el movimiento de bienes, servicios y capitales más allá de las fronteras nacionales. Estas empresas, entre las que destacan nombres como Yilport Terminal Portuario de Guayaquil, Maersk Ecuador, Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE), y operadores logísticos como DHL y Transoceanica Cía. Ltda., actúan como puentes entre la producción nacional y el consumo internacional. El análisis no solo se enfoca en su funcionamiento logístico y aduanero, sino también en su impacto social y económico, incluyendo la generación de d, la modernización de infraestructura, el fortalecimiento de las cadenas de suministro y su influencia en el desarrollo de zonas portuarias y fronterizas. Además, se exploran los desafíos que enfrentan en cuanto a normativas, sostenibilidad, y adaptación tecnológica. Este libro ofrece a los estudiantes una visión integral de cómo estas empresas no solo contribuyen a las cifras macroeconómicas, sino también a la transformación social del país, promoviendo oportunidades y conectando al Ecuador con el mundo.

Palabras Clave: Impacto social económico, desarrollo portuario, logística internacional, sociedad.

1.2 Introducción

El comercio exterior constituye una de las principales herramientas para impulsar el crecimiento económico de un país y fortalecer su presencia en los mercados internacionales. En Ecuador, este proceso no sería posible sin la intervención de las empresas operadoras de comercio exterior, actores estratégicos que gestionan, organizan y facilitan el intercambio de bienes y servicios con el resto del mundo. Estas empresas cumplen funciones logísticas, aduaneras, financieras y de asesoría, convirtiéndose en piezas clave dentro de la cadena de valor del comercio internacional (Ojeda Gonsaga & Velasco Tinoco, 2024).

La importancia de estas entidades trasciende lo económico. Su actividad tiene un impacto directo en la sociedad, ya que genera empleo, promueve el desarrollo de sectores productivos, incentiva la inversión extranjera y contribuye a la modernización del aparato productivo nacional (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2025). Además, su correcta operación puede mejorar la competitividad del país y facilitar la inserción de productos ecuatorianos en mercados exigentes, lo cual representa una oportunidad para los pequeños y medianos productores (Fedexpor, 2025).

Sin embargo, también es necesario analizar críticamente los retos que enfrenta el sector: las barreras burocráticas, los cambios normativos, las exigencias internacionales en materia de sostenibilidad, y la necesidad de fortalecer la transparencia en los procesos comerciales. En este contexto, resulta fundamental comprender el rol que estas empresas desempeñan no solo como agentes económicos, sino también como actores sociales que influyen en el desarrollo nacional. Este capítulo abordará el funcionamiento, la estructura y el entorno de las empresas operadoras de comercio exterior en el Ecuador, con énfasis en su impacto social. El análisis permitirá reflexionar sobre su contribución al bienestar colectivo, así como sobre las posibilidades de transformación que ofrece el comercio internacional cuando se gestiona de forma eficiente, ética y sostenible.

1.3 Metodología

Enfoque de investigación

La presente investigación adopta una metodología cualitativa de tipo documental, orientada al análisis del papel transformador que desempeñan las empresas operadoras de comercio exterior en el Ecuador. A través del estudio de fuentes primarias (informes institucionales, marcos normativos, declaraciones oficiales) y secundarias (literatura académica, análisis de casos, publicaciones de organismos internacionales), se busca comprender cómo estas entidades inciden en el desarrollo económico y social del país, más allá de su rol logístico y aduanero.

El estudio parte de una perspectiva interpretativa que considera a estas empresas como actores clave en la evolución del ecosistema comercial nacional. En lugar de limitarse a su función técnica, se examinan sus prácticas en torno a sostenibilidad, inclusión productiva y adaptación tecnológica.

Este enfoque permite identificar dinámicas de transformación asociadas a su presencia en zonas portuarias, logísticas y fronterizas. Además, se analizan experiencias específicas de empresas como Yilport, Maersk, DHL y Transoceanica, cuyas acciones han generado impactos concretos en infraestructura, empleo y responsabilidad social empresarial. La recolección y análisis de datos se estructura en torno a tres ejes: modernización logística, impacto territorial y compromiso con el desarrollo sostenible.

Con ello, el objetivo metodológico no es solo describir el funcionamiento de estas empresas, sino también evaluar en qué medida contribuyen a construir una economía más competitiva e inclusiva. Esta aproximación permite ofrecer una visión integral que conecta las dimensiones técnica, social y ambiental del comercio exterior en el contexto ecuatoriano.

1.4 Desarrollo

Las empresas operadoras de comercio exterior en el Ecuador han evolucionado significativamente en la última década, no solo por el crecimiento del volumen de intercambio comercial, sino también por las exigencias del entorno internacional en términos de eficiencia, sostenibilidad y competitividad.

En este contexto, estas entidades han dejado de ser simples intermediarias logísticas para convertirse en plataformas estratégicas que integran servicios especializados y soluciones orientadas a optimizar la cadena de suministro global. Una de las transformaciones más destacadas ha sido la transición hacia modelos de gestión más tecnológicos y sostenibles.

El uso de herramientas digitales como sistemas de trazabilidad en tiempo real, plataformas de gestión documental electrónica y

softwares de optimización logística ha permitido a empresas como DHL y Maersk mejorar sus procesos operativos, reducir tiempos y minimizar costos. Esto ha repercutido directamente en la competitividad de los productos ecuatorianos en mercados altamente exigentes, como la Unión Europea, Asia y Norteamérica.

A nivel operativo, estas empresas han reconfigurado las dinámicas del comercio exterior al asumir funciones complementarias que van más allá del transporte y la aduana. Por ejemplo, en zonas portuarias como Puerto Bolívar y Manta, se ha observado un efecto multiplicador: la presencia de operadores internacionales ha atraído inversiones en infraestructura, ha generado clústeres logísticos y ha incentivado la creación de parques industriales orientados a la exportación. Este tipo de articulación contribuye no solo al crecimiento económico, sino también a la descentralización productiva y a una mejor distribución de oportunidades fuera de los grandes centros urbanos.

Otra línea de desarrollo relevante es la internacionalización de estándares. Las empresas operadoras han sido vehículos para la incorporación de prácticas globales como el comercio electrónico transfronterizo, la logística verde, y la certificación de procesos bajo normas ISO.

Estas prácticas no solo aumentan la confianza de los mercados internacionales en los productos ecuatorianos, sino que también elevan la capacidad del país para participar en tratados comerciales con mayores niveles de exigencia.

En el ámbito humano y social, el papel de estas empresas también ha sido significativo. A través de programas de formación técnica, becas logísticas, y vinculación con universidades e institutos tecnológicos, han contribuido a la profesionalización del talento local en áreas como comercio exterior, transporte multimodal, gestión portuaria y tecnologías aplicadas a la logística.

Así mismo, muchas de ellas han desarrollado políticas internas de inclusión, garantizando condiciones laborales dignas, equidad de género y oportunidades para jóvenes en situación de vulnerabilidad.

No obstante, también se han identificado brechas que limitan el alcance de estas transformaciones. Una de las principales es la desigual capacidad de adaptación entre los actores grandes y pequeños del ecosistema logístico.

Mientras las multinacionales cuentan con estructuras sólidas para implementar tecnologías y cumplir normativas internacionales, muchas empresas nacionales enfrentan restricciones financieras, técnicas y regulatorias. Esta asimetría pone en riesgo la eficiencia del sistema logístico como un todo y refuerza las desigualdades estructurales dentro del comercio exterior ecuatoriano.

También persisten desafíos relacionados con la coordinación público-privada. La falta de una política nacional de logística con visión de largo plazo, junto con las debilidades institucionales y los cambios frecuentes en la normativa, generan incertidumbre para las inversiones y dificultan la consolidación de una estrategia logística integrada a nivel país.

En este escenario, el desarrollo del comercio exterior a través de empresas operadoras no puede verse únicamente desde una óptica económica. Su accionar tiene implicaciones profundas en el territorio, en las comunidades y en el modelo de desarrollo que el país aspira a consolidar.

De allí la importancia de fortalecer los mecanismos de gobernanza, promover la cooperación entre actores, e incentivar una visión ética y sostenible del comercio internacional como herramienta de transformación estructural.

1.5 Resultados

El análisis realizado permitió identificar una serie de resultados que evidencian cómo las empresas operadoras de comercio exterior en Ecuador han trascendido su papel tradicional dentro de la cadena logística, adoptando un rol estratégico en la transformación de sectores clave de la economía nacional y del entorno social inmediato en el que operan.

Uno de los hallazgos más relevantes es la consolidación de un ecosistema logístico dinámico impulsado por la presencia y actuación de estas empresas. Su capacidad de atraer inversiones, modernizar infraestructura y generar vínculos intersectoriales ha permitido la emergencia de polos logísticos regionales con potencial de internacionalización.

Estos espacios, como los que se observan en Guayaquil, Puerto Bolívar y Manta, no solo mejoran el flujo de mercancías, sino que también actúan como plataformas de desarrollo territorial, al integrar servicios conexos como transporte terrestre, almacenamiento especializado y servicios financieros vinculados al comercio exterior.

Así mismo, se constató que la adopción de tecnología por parte de estas empresas no solo responde a una exigencia del mercado global, sino que también ha comenzado a traducirse en beneficios internos para el país. La implementación de herramientas digitales ha permitido mejorar los procesos de trazabilidad, reducir errores operativos, minimizar el tiempo de despacho y facilitar el cumplimiento normativo.

Esto ha redundado en una mejora progresiva en los índices de desempeño logístico del Ecuador, permitiendo al país fortalecer su posición como socio confiable dentro de las cadenas globales de suministro.

Desde una perspectiva social, los resultados muestran que las empresas operadoras han logrado incidir positivamente en la creación de empleo calificado y en la formación de talento humano especializado. La generación de oportunidades laborales no ha sido solamente en términos cuantitativos, sino también cualitativos, al incorporar perfiles técnicos en gestión logística, comercio exterior, tecnología y sostenibilidad.

Esta profesionalización del sector ha sido impulsada tanto por políticas internas de responsabilidad corporativa como por alianzas estratégicas con instituciones educativas y organismos multilaterales. También se evidenció que ciertas empresas han comenzado a integrar criterios ambientales y sociales dentro de sus estrategias corporativas,

en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Prácticas como la reducción de emisiones en las cadenas de transporte, la promoción de eficiencia energética y la participación comunitaria en proyectos de desarrollo local han sido incorporadas gradualmente. Estas acciones sugieren un giro hacia un modelo de empresa más consciente del entorno, con capacidad de generar valor compartido y legitimidad social.

Sin embargo, los resultados también revelan debilidades estructurales que condicionan el impacto total del sector. Una de ellas es la escasa articulación entre las grandes operadoras internacionales y las pequeñas empresas nacionales, lo que ha generado un ecosistema logístico fragmentado.

Las brechas en términos de acceso a tecnología, financiamiento y formación técnica limitan la participación plena de operadores locales en las oportunidades del comercio exterior. Así mismo, se identificó una insuficiente alineación entre la política pública y la realidad operativa del sector.

La ausencia de una planificación logística nacional articulada, sumada a la rigidez normativa y a los vacíos en materia de incentivos, dificulta la creación de un entorno favorable para la inversión y la innovación. Esta desconexión limita la capacidad del país para consolidar un sistema logístico competitivo, inclusivo y resiliente.

En conjunto, los resultados demuestran que las empresas operadoras de comercio exterior en el Ecuador son agentes de cambio con alto potencial transformador. No obstante, su impacto podría ser mucho más amplio si existiera un entorno institucional más coherente, mecanismos de cooperación más sólidos y una visión país que reconozca a la logística como un eje transversal del desarrollo económico y social.

La construcción de un sistema logístico verdaderamente integrado y sostenible requerirá del compromiso coordinado entre el Estado, el sector privado y la academia.



CAPITULO II

Gestión Empresarial Ética y Responsable: Un Enfoque Integral hacia el Comercio Sostenible, el Compromiso Comunitario y la Gobernanza Corporativa



Docente de la Universidad de Guayaquil

Julio Antonio Baque Mieles

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Daniel David Ríos Barreiro

Analía Omary Ramírez Rivas

Andrés Roberto Malagón Delgado

Ariana Elizabeth Págalos Sigüenza

2.1 Resumen

El presente trabajo examina la gestión empresarial desde una perspectiva ética y responsable, incorporando tres ámbitos fundamentales: el comercio sostenible, el compromiso comunitario y

la gobernanza corporativa, a través de un enfoque cualitativo con revisión documental, se analizan prácticas y modelos empresariales actuales que promueven la sostenibilidad económica, social y ambiental, se argumenta que una gestión integral, basada en valores éticos, fortalece la legitimidad empresarial y mejora la relación con los grupos de interés, entre los principales hallazgos destaca la importancia de implementar objetivos corporativos con los desafíos globales como el cambio climático y la desigualdad social, la ética empresarial no debe considerarse un elemento accesorio, sino un componente central de la estrategia organizacional.

Palabras clave: ética empresarial, sostenibilidad, gobernanza, responsabilidad social, desarrollo sostenible

2.2 Introducción

El panorama empresarial contemporáneo demanda una reformulación profunda del papel de las organizaciones en la sociedad. La problemática global actual como las crisis ambientales, la desigualdad social y la pérdida de confianza institucional han expuesto las limitaciones del modelo empresarial tradicional centrado exclusivamente en el modelo económico.

La globalización, la innovación tecnológica, la inestabilidad financiera, la política gubernamental y las condiciones medioambientales son factores clave que influyen en el desarrollo y la competitividad de las empresas en el contexto actual, ya que estos aspectos generan nuevas oportunidades, pero también presentan desafíos significativos que las empresas deben gestionar para mantenerse competitivas (Morales, 2025).

Esta forma de operar ha generado efectos negativos que influyen no solo al entorno natural, sino también al ámbito social en general y a la estabilidad económica mundial. En este sentido, la presión de distintos actores, como consumidores más especializados, agentes más estrictos y comunidades más organizadas, obliga a las empresas a replantear sus objetivos, limitaciones y métodos.

Frente a este contexto, la gestión empresarial ética y responsable surge como un paradigma que no solo busca minimizar impactos negativos, sino también maximizar contribuciones positivas que impulsen el desarrollo sostenible y equitativo.

Como explica (Bowie, 2012) cualquier conjunto de acciones, para cualquier parte interesada, tiene una mezcla de consecuencias financieras y morales. Se puede aumentar la riqueza para los accionistas o servir a la comunidad por razones instrumentales y normativas.

Por lo tanto, el problema no es solo cuando las tensiones puramente 'financieras' y puramente 'sociales' entran en conflicto, sino cuando las concepciones específicas de las partes interesadas que tienen dimensiones tanto financieras como sociales, chocan entre sí. Por lo tanto, parece poco sensato separar las preocupaciones sociales de las financieras.

Este nuevo enfoque va más allá del cumplimiento normativo; implica actuar con conciencia, responsabilidad y compromiso hacia todos los grupos de interés. Los consumidores, empleados, comunidades, gobiernos y el medio ambiente deben considerarse como partes esenciales del ecosistema empresarial.

Adoptar una gestión ética significa reconocer que las decisiones de una empresa repercuten en múltiples niveles y que su éxito depende de un equilibrio entre intereses económicos, sociales y ambientales. Por ello, las organizaciones deben fomentar una cultura de transparencia y diálogo abierto, integrando mecanismos que permitan la participación activa de sus stakeholders para construir soluciones conjuntas y sostenibles a largo plazo (Bowie, 2012).

La ética empresarial no debe ser entendida como una carga externa, sino como una ventaja competitiva. Las empresas que promueven la transparencia, el respeto a los derechos humanos, la equidad y la sostenibilidad han demostrado tener mejores desempeños financieros, mayor capacidad de innovación y resiliencia en entornos inciertos.

La ética según (Marzá, 2019) crea un clima de confianza que facilita alianzas estratégicas, acceso a nuevos mercados y una relación más sólida con los inversionistas. Además, esta postura permite anticipar y gestionar riesgos reputacionales, legales y operativos, lo que contribuye a la estabilidad del negocio y su crecimiento sostenido. Así, la ética se convierte en un motor para la diferenciación y el posicionamiento en mercados cada vez más competitivos y conscientes.

El comercio sostenible se considera uno de los aspectos esenciales de esta gestión ética, ya que implica la incorporación de prácticas que promueven un adecuado uso de los recursos naturales y la protección del medio ambiente. Este enfoque no solo atiende la necesidad de reducir los impactos del cambio climático y cuidar los ecosistemas, sino que también ofrece la posibilidad de innovar en productos, procesos y formas de negocio.

Las organizaciones que optan por el comercio sostenible implementan principios como la disminución de emisiones, la utilización eficiente de la energía, la reducción de desechos y el apoyo a cadenas de suministro responsables. Estas acciones generan valor compartido, ya que satisfacen las demandas de consumidores comprometidos y contribuyen a la salud del planeta, asegurando la disponibilidad de recursos para futuras generaciones.

Además, el compromiso comunitario representa una dimensión clave para lograr un impacto social positivo.

Las empresas que se involucran activamente con las comunidades en las que operan no solo cumplen con un deber ético, sino que también fortalecen la cohesión social y mejoran las condiciones de vida locales.

Este compromiso se traduce en iniciativas de desarrollo social, educación, empleo digno y apoyo a la diversidad cultural. Al construir relaciones basadas en la confianza y el respeto mutuo, las empresas

generan un entorno favorable para sus operaciones, reducen conflictos y promueven la inclusión social. La inversión social estratégica crea así un círculo virtuoso que beneficia tanto a las comunidades como a la propia organización.

La gobernanza corporativa ética completa este enfoque integral al promover estructuras transparentes, mecanismos de rendición de cuentas y una cultura organizacional basada en valores. Una gobernanza sólida es fundamental para asegurar que las decisiones se tomen con responsabilidad y en alineación con los intereses de todos los grupos de interés (Porter & Kramer, 2019).

Esto implica la existencia de políticas claras, órganos de supervisión independientes y procesos efectivos para gestionar riesgos y conflictos. La ética en la gobernanza también refuerza la confianza de los inversores y mejora la reputación corporativa, facilitando el acceso a capital y contribuyendo a la sostenibilidad financiera. En última instancia, una gobernanza responsable es clave para la legitimidad y perdurabilidad de las organizaciones.

En un contexto global marcado por la interconexión y la complejidad, la gestión empresarial responsable exige una visión holística que integre las dimensiones económica, social y ambiental. La interdependencia entre estos ámbitos plantea la necesidad de estrategias integradas que consideren las implicaciones a corto, mediano y largo plazo.

Solo de esta manera las organizaciones pueden enfrentar los desafíos globales, como la pobreza, la desigualdad, la crisis climática y la transformación digital, contribuyendo a soluciones innovadoras y sostenibles. Esta visión integral requiere que las empresas actúen no solo como agentes económicos, sino también como actores sociales y ambientales comprometidos con el bienestar colectivo (Naciones Unidas, 2020).

Este estudio sugiere evaluar la administración de empresas desde una perspectiva holística, que una a la viabilidad comercial, la responsabilidad social y la ética en la gobernanza. Con este enfoque, se pretende evidenciar cómo una gestión que valore estos principios puede crear un efecto positivo y duradero, tanto en el interior como en el exterior de las empresas.

Se revisarán ejemplos prácticos, retos y tendencias que ayudan a comprender la relevancia y el alcance de implementar un modelo empresarial responsable en la actualidad. Adicionalmente, se subrayarán las interacciones entre estas tres áreas para optimizar el valor compartido y el progreso sostenible.

La investigación también analiza las dificultades y obstáculos que las empresas enfrentan al adoptar este modelo, junto con las mejores prácticas que pueden servir como guía para la transformación empresarial. Se tratarán aspectos tanto internos como externos que influyen en la ejecución de políticas éticas, abarcando desde la cultura dentro de la organización hasta el marco regulatorio que las rodea.

Reconocer estas barreras es fundamental para establecer estrategias eficaces que fomenten una gestión responsable y que logren superar las resistencias, asegurando que los principios éticos se reflejen en acciones palpables y cuantificables. Asimismo, se discutirán las tendencias futuras que posicionan a la ética como un componente central en la estrategia corporativa.

El avance de la inversión socialmente responsable, la presión de consumidores y reguladores, y la integración de criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) reflejan una transformación en la forma en que las empresas definen el éxito. Esta evolución plantea retos, pero también amplias oportunidades para reinventar los negocios, generar confianza y contribuir a un desarrollo más justo y sostenible a nivel global.

En definitiva, la gestión empresarial ética y responsable representa no solo un imperativo moral, sino una necesidad estratégica para asegurar la viabilidad y legitimidad de las empresas en el siglo XXI.

Este estudio invita a repensar el rol empresarial, promoviendo una contribución activa y consciente hacia un desarrollo sostenible y justo para todos.

La integración de valores éticos en el núcleo de la gestión empresarial es una apuesta por un futuro donde las organizaciones sean agentes de cambio positivo, capaces de enfrentar los retos globales y transformar sus comunidades para mejor.

2.3 Metodología

Para abordar este estudio se empleó una metodología cualitativa de carácter exploratorio, orientada al análisis de contenido documental. La elección de este enfoque responde a la necesidad de examinar conceptos abstractos como ética, responsabilidad social y gobernanza desde una perspectiva amplia y contextualizada.

Se recolectaron y analizaron artículos científicos, reportes de sostenibilidad, estándares internacionales, estudios de caso y normativas institucionales relevantes al tema, académicas como Scopus, Web of Science y Journal Citation Reports.

Esta metodología permite triangulación de fuentes, comparación entre modelos y generación de conclusiones fundamentadas, sin perder de vista la dimensión ética subyacente en las decisiones organizacionales. Si bien tiene limitaciones en cuanto a la generalización de resultados, aporta profundidad analítica y sentido crítico a la investigación.

2.4 Diseño de investigación

El diseño de investigación consistió en una revisión sistemática y crítica de literatura académica e institucional.

Se definieron tres ejes temáticos: comercio sostenible, compromiso comunitario y gobernanza corporativa, a partir de los cuales se seleccionaron y analizaron los documentos.

Cada eje temático fue abordado mediante una matriz de análisis que incluyó variables como: enfoque ético, tipo de prácticas implementadas, actores involucrados, resultados obtenidos, marco regulatorio y nivel de institucionalización. Esto permitió comparar experiencias empresariales en distintos sectores y regiones.

Asimismo, se incorporó un componente transversal de evaluación ética, utilizando criterios inspirados en los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la IS 26000 y los objetivos de Desarrollo Sostenible (DS). Esta triangulación contribuyó a identificar coherencias e incoherencias entre el discurso y la práctica de las organizaciones (Iso, 2018).

El proceso se complementó con la selección de casos representativos que ilustran tanto buenas prácticas como desafíos persistentes. La intención no fue establecer recetas universales, sino destacar enfoques replicables y reflexionar sobre las condiciones que facilitan o dificultan una gestión ética empresarial.

2.5 Desarrollo

La administración ética y responsable de las empresas se ha convertido en un elemento clave para las organizaciones que desean sincronizar sus actividades con los objetivos de Desarrollo Sostenible (DS). Este enfoque global incluye la sostenibilidad comercial, el compromiso hacia las comunidades y un sólido gobierno corporativo.

Comercio Sostenible y Prácticas ESG

La integración de factores Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ESG) en la estrategia empresarial es esencial para avanzar hacia un comercio sostenible (Cheng & Zhao, 2024). Un estudio publicado en el *Journal of Business Ethics* destaca que la combinación de prácticas ESG, como la ética empresarial, las prácticas laborales responsables y la gestión del ciclo de vida de los productos, contribuye significativamente al logro de los DS (Press, 2010).

Además, la adopción de innovaciones digitales, como la inteligencia artificial generativa, ha demostrado mejorar el desempeño ESG de las empresas, facilitando una transición más eficiente hacia prácticas sostenibles.

Compromiso Comunitario y Responsabilidad Social Empresarial

El compromiso con las comunidades locales es un componente clave de la responsabilidad social empresarial (RSE). Investigaciones en el contexto de empresas de Qatar revelan que las iniciativas de RSE que priorizan el desarrollo comunitario y la sostenibilidad ambiental no solo mejoran la reputación corporativa, sino que también fortalecen la cohesión social y la confianza en las organizaciones (Abdulmohsen & Saleh, 2024).

Asimismo, prácticas de RSE bien implementadas en sectores como el turismo han demostrado ser estrategias efectivas para mejorar el desempeño organizacional sostenible, promoviendo el bienestar social y la conservación del medio ambiente.

Gobernanza Corporativa y Sostenibilidad

Una gobernanza corporativa efectiva es fundamental para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de las organizaciones. Estudios recientes indican que la experiencia en sostenibilidad de los miembros del consejo de administración y la diversidad etaria en la junta directiva influye positivamente en el desempeño sostenible de las empresas.

Además, la implementación de prácticas de gobernanza que promuevan la transparencia, la rendición de cuentas y la participación de las partes interesadas es esencial para fortalecer la legitimidad y la resiliencia organizacional en entornos dinámicos y complejos.

2.6 Resultados

Beneficios tangibles de la gestión ética

El análisis de fuentes primarias como informes de sostenibilidad de empresas líderes muestra que aquellas que integran prácticas éticas reportan una mejora significativa en indicadores financieros, reputacionales y operativos. En particular, se identifican menores niveles de rotación de personal, mayor productividad y fidelización de clientes.

Estudios académicos recientes respaldan estos hallazgos desde fuentes secundarias, concluyendo que existe una correlación positiva entre ética empresarial y desempeño en bolsa. La integración de criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) atrae a inversores responsables y reduce el costo del capital.

A nivel legislativo, marcos como la Directiva de la UE sobre diligencia debida empresarial o la Ley de Empresas y Derechos Humanos en Francia refuerzan la necesidad de incorporar la ética como estándar obligatorio. Estos instrumentos legales están transformando los parámetros de competitividad.

Datos de organismos internacionales como la CDE y el Pacto Mundial de la NU también confirman que las empresas con políticas responsables son más resilientes ante crisis y generan valor compartido.

El análisis comparativo permite establecer tendencias y diferenciar sectores más avanzados en estos temas. Estas evidencias, contrastadas de forma crítica, apuntan a una conclusión clara: la gestión ética no es

solo un imperativo moral, sino una estrategia empresarial eficaz. Publicar investigaciones que demuestren esta conexión contribuiría a promover un cambio sistémico.

Reputación y legitimidad ante la sociedad

El comportamiento ético constituye un pilar fundamental para la construcción y mantenimiento de la reputación empresarial. Cuando una empresa actúa de manera transparente, rinde cuentas a sus grupos de interés y respeta los derechos humanos, genera confianza en la sociedad.

Esta confianza no solo fortalece la imagen corporativa, sino que también se traduce en una mayor lealtad de clientes, inversores y colaboradores, elementos esenciales para la sostenibilidad del negocio a largo plazo. La legitimidad social que obtiene una empresa ética le permite acceder a mercados y oportunidades que, de otro modo, podrían estar cerrados.

En contextos donde los consumidores y reguladores están cada vez más atentos a las prácticas empresariales, la reputación se convierte en un activo intangible de alto valor estratégico. Las empresas que priorizan el comportamiento ético suelen recibir respaldo social en forma de apoyo comunitario, preferencias de compra y alianzas estratégicas (Dufays, Rispal & Chabaud, 2025).

La reputación construida sobre bases éticas funciona como un escudo frente a crisis reputacionales. En situaciones de controversias o problemas, aquellas organizaciones que cuentan con un historial sólido de compromiso ético suelen obtener una mayor comprensión y menor impacto negativo en su imagen pública.

Esto demuestra que la ética es una inversión en la resiliencia corporativa frente a riesgos. De esta manera, la legitimidad no solo se

mede en términos externos, sino también internos. La percepción positiva sobre la ética empresarial contribuye a crear un ambiente laboral saludable, motivando a los empleados y fomentando un sentido de orgullo y pertenencia.

Esto impacta directamente en la productividad y retención del talento, reforzando el círculo virtuoso entre ética, reputación y desempeño.

Barreras para la implementación efectiva

La implementación adecuada de prácticas éticas en las organizaciones se encuentra con diversas dificultades que impiden su incorporación en la cultura de la empresa. Un desafío destacado es la carencia de educación y concienciación sobre ética corporativa, lo que provoca ignorancia o subestima la relevancia de estos asuntos en las áreas cruciales de toma de decisiones. Sin la formación necesaria, se vuelve complicado que los empleados entiendan y apliquen los principios éticos en sus tareas cotidianas.

Otra barrera importante es la resistencia al cambio, tanto a nivel individual como organizacional. La implementación de políticas éticas puede suponer ajustes en procesos, comportamientos y estructuras, que no siempre son bien recibidos. Esta resistencia puede estar motivada por miedo a perder beneficios inmediatos, incertidumbre o falta de liderazgo que impulse el cambio con convicción y coherencia.

El cortoplacismo financiero es también un reto crítico. Muchas empresas priorizan resultados económicos rápidos, relegando a un segundo plano las inversiones en sostenibilidad o responsabilidad social, cuyos beneficios suelen ser más visibles a mediano o largo plazo.

Esta visión limitada puede impedir la creación de estrategias éticas sólidas que aporten valor sostenible.

Finalmente, las variaciones en el contexto normativo y cultural afectan la forma en que se ponen en práctica las conductas éticas. En naciones donde existen regulaciones poco sólidas o ambiguas, las organizaciones pueden encontrar escasos estímulos para adoptar prácticas responsables. De igual manera, la dimensión y el grado de desarrollo de la empresa influyen en su habilidad para asignar recursos a estas acciones, lo que genera la necesidad de ajustar las estrategias éticas a las circunstancias específicas de cada entorno.

Perspectivas de futuro: ética como estrategia central

La ética empresarial está evolucionando de ser un complemento a convertirse en un eje central de la estrategia corporativa. La creciente incorporación de criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) en la toma de decisiones refleja un cambio profundo en la forma en que las empresas y sus grupos de interés entienden la creación de valor. Inversores, consumidores y reguladores demandan cada vez más transparencia, responsabilidad y compromiso social, impulsando la adopción de prácticas éticas como condición para la sostenibilidad.

Esta tendencia está acompañada por un fortalecimiento de los marcos regulatorios y normativos, así como por el desarrollo de estándares internacionales que guían a las empresas hacia una gestión responsable. La integración de la ética en los procesos internos, la gobernanza y la cadena de valor se convierte en un factor diferenciador para acceder a capital, mejorar la reputación y fomentar la innovación (mar & Diah, 2023).

Además, la ética como estrategia permite anticipar riesgos y gestionar conflictos, protegiendo a las organizaciones de impactos negativos que pueden afectar su viabilidad y credibilidad. En un entorno global dinámico y complejo, la responsabilidad social y la gobernanza transparente se posicionan como elementos indispensables para la resiliencia empresarial.

Se observa un creciente compromiso con la generación de valor compartido, donde las empresas no solo buscan beneficios económicos, sino también contribuir positivamente al desarrollo social y ambiental. Este enfoque integral plantea nuevos desafíos y oportunidades, invitando a las organizaciones a repensar sus modelos de negocio y a adoptar una visión ética que responda a las demandas actuales y futuras.



Capítulo III

Responsabilidad Social de las empresas importadoras y exportadoras del Ecuador



Docente de la Universidad de Guayaquil

Delia Alexandra Cevallos Castro

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Naomi Menoscal Bailón

Dayana Zambrano Fabara

Analía Carpio Jordan

Diego Gallardo Villamar

3.1 Resumen

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha emergido como un componente crucial en el contexto ecuatoriano, especialmente para las empresas que se dedican a la importación y exportación. Este estudio investiga cómo estas organizaciones abordan la RSE, adoptando un enfoque cualitativo y documental que se centra en fuentes primarias. Se destacan ejemplos de buenas prácticas en empresas como Pacari y

ADELCA, que han desarrollado modelos de sostenibilidad y responsabilidad social, aunque estas no son representativas de todo el sector. Las normativas nacionales también juegan un papel importante al fomentar la RSE, aunque presentan limitaciones en su aplicación y supervisión. Los hallazgos indican que, a pesar de los logros alcanzados, existen desafíos en términos culturales y organizacionales. Se concluye que es esencial unificar las prácticas de RSE y fortalecer el marco normativo para facilitar una gestión empresarial ética y sostenible en Ecuador.

Palabras clave: Responsabilidad social, sostenibilidad, empresas ecuatorianas, comercio justo, normas.

3.2 Introducción

La responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en un elemento clave en la gestión empresarial a nivel global, y su relevancia ha crecido notablemente en Ecuador, particularmente entre las compañías dedicadas a la importación y exportación.

En un entorno donde los consumidores son cada vez más conscientes de las consecuencias sociales y medioambientales de sus elecciones, las empresas se ven impulsadas a adoptar prácticas que no solo cumplan con las leyes vigentes, sino que también reflejen un compromiso ético hacia el bienestar social y ecológico.

Ecuador, con su vasta biodiversidad y una economía que depende en gran medida de la producción agrícola y la exportación de bienes, enfrenta retos y oportunidades singulares en la implementación de la RSE. La creciente demanda de productos sostenibles en los mercados internacionales ha llevado a las empresas ecuatorianas a reconsiderar sus estrategias comerciales, incorporando principios de sostenibilidad y responsabilidad social en sus modelos de negocio.

Sin embargo, la adopción de la RSE en el país presenta desafíos, que incluyen la escasez de recursos, la falta de capacitación y la necesidad de un marco normativo más sólido que incentive prácticas responsables.

Este estudio tiene como objetivo examinar cómo las empresas importadoras y exportadoras en Ecuador están abordando la RSE, identificando las mejores prácticas, los obstáculos que enfrentan y las repercusiones de sus acciones en el contexto socioeconómico del país.

A través de una revisión crítica de la literatura y el análisis de casos específicos, se busca ofrecer una visión integral de la situación actual de la RSE en el sector, contribuyendo al desarrollo de estrategias que fomenten un comercio más justo y sostenible.

Además, es importante destacar el papel de las alianzas estratégicas en la promoción de la RSE. Las empresas que han buscado colaborar con organizaciones no gubernamentales (ONG) y entidades académicas han logrado implementar iniciativas más efectivas y sostenibles. Según López y García (2024), “la colaboración entre el sector privado y las ONG permite una mejor comprensión de las necesidades locales, facilitando la implementación de proyectos que realmente impacten a las comunidades” (p. 45). Estas alianzas no solo fortalecen la capacidad de las empresas para abordar desafíos sociales y ambientales, sino que también aumentan su legitimidad y reputación ante los consumidores, quienes valoran cada vez más el compromiso social de las marcas. (Montero López, E. S., & Muñoz Aparicio, C. G., 2024)

Asimismo, la educación y la sensibilización en torno a la RSE son cruciales para fomentar una cultura empresarial ética en Ecuador señala que “la carencia de conocimientos sobre la RSE y sus ventajas constituye uno de los principales obstáculos que enfrentan las empresas ecuatorianas para su implementación efectiva”. Por lo tanto, es fundamental promover programas de formación y concienciación dirigidos a líderes empresariales y empleados, ya que esto puede ser determinante para superar dichos desafíos. Actividades como talleres, seminarios y cursos en línea pueden facilitar una comprensión más profunda de la RSE y su incorporación en las estrategias empresariales, garantizando que las prácticas responsables se integren de manera efectiva en la cultura organizacional

3.3 Diseño de investigación

La presente investigación analiza la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en empresas importadoras y exportadoras del Ecuador, considerando tanto los marcos normativos que las regulan como las estrategias voluntarias implementadas.

Este estudio surge ante la creciente exigencia de consumidores, organismos internacionales y gobiernos de incorporar prácticas éticas, sociales y ambientales en las operaciones empresariales. La investigación parte del enfoque cualitativo-descriptivo, mediante análisis documental y revisión de casos representativos. La elección metodológica se justifica por el carácter interpretativo del fenómeno, que requiere una comprensión profunda de los contextos y significados detrás de las decisiones empresariales en materia de RSE.

La revisión de fuentes primarias y secundarias, como artículos académicos, informes empresariales y normas legales, permite contrastar discursos institucionales con prácticas reales, lo que enriquece el análisis y fortalece la validez del estudio. (Villacis;Suarez;Llanos, 2016)

El enfoque cualitativo permite evidenciar las motivaciones y barreras que enfrentan las empresas al implementar acciones de RSE. A diferencia de métodos cuantitativos, esta estrategia de investigación permite explorar las relaciones entre las prácticas empresariales y el contexto político-económico ecuatoriano.

Una de las ventajas del enfoque documental es la posibilidad de abarcar múltiples sectores y momentos históricos, lo que ofrece una visión panorámica del estado de la RSE. No obstante, se reconoce la limitación de no disponer de datos primarios como encuestas o entrevistas, lo que puede restringir la posibilidad de generalizar los hallazgos. Por ello, el presente trabajo busca articular distintas fuentes que revelen tanto las iniciativas institucionales como las experiencias concretas de empresas activas en comercio internacional. (Veliz;Proaño;Mendoza, 2025)

3.4 Desarrollo

La RSE en Ecuador ha cobrado protagonismo en los últimos años como parte de una tendencia global hacia la ética corporativa. A partir de la Constitución de 2008, el país incorporó el principio del “Buen Vivir” en su marco legal, obligando a las empresas a contemplar el bienestar social y la sostenibilidad en sus operaciones.

Esta transformación legislativa ha presionado tanto a exportadoras como importadoras a revisar sus prácticas y adaptarlas a criterios más inclusivos y responsables. Si bien existen avances en sectores visibles como el agrícola y el industrial, todavía persisten asimetrías entre grandes corporaciones y pequeñas empresas en cuanto a recursos y capacitación para implementar políticas sostenibles. (Villacis;Suarez;Llanos, 2016)

Un ejemplo notable de RSE exportadora es la empresa Pacari, dedicada a la producción de chocolate orgánico. Esta empresa trabaja directamente con más de 3.500 agricultores ecuatorianos, eliminando intermediarios y garantizando precios justos, mientras promueve la agricultura biodinámica y la conservación ambiental.

Pacari ha conseguido posicionarse en más de 40 países sin renunciar a sus principios de comercio justo, lo que demuestra que la ética empresarial es compatible con la competitividad internacional.

Su modelo de negocio confirma que la RSE no es un accesorio, sino una estrategia central que aporta valor añadido al producto y reputación a la marca. (DinersClub, 5 Ejemplo de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador, 2022)

En el ámbito industrial, ADELCA representa otro caso destacado. Esta empresa ecuatoriana de acero ha implementado prácticas de economía circular al reciclar más de 300 mil toneladas de chatarra metálica al año, disminuyendo el impacto ambiental de sus operaciones.

Además, ha incorporado certificaciones internacionales que garantizan la calidad y sostenibilidad de sus productos, lo que le permite exportar a mercados exigentes. Su compromiso va más allá del cumplimiento normativo: impulsa proyectos sociales y educativos en comunidades cercanas a sus plantas. Estas iniciativas reflejan una visión de empresa que entiende su rol como agente de transformación. (DinersClub, 5 Ejemplo de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador, 2022)

La responsabilidad social empresarial (RSE) se ha convertido en un elemento fundamental para las empresas exportadoras e importadoras del Ecuador, marcando un antes y un después en su competitividad a nivel internacional. Según (Zumba, 2023) en su estudio disponible en el Repositorio UTMachala, las empresas exportadoras, particularmente aquellas del sector bananero, han implementado estrategias de RSE centradas en tres pilares: ambiental, social y económico.

En el ámbito ambiental, estas empresas han reducido significativamente el uso de agroquímicos, adoptado sistemas de manejo de desechos más eficientes y obtenido certificaciones internacionales como GlobalG.A.P. y Fair Trade, que validan sus prácticas sostenibles (Zumba, 2023). En el aspecto social, han mejorado las condiciones laborales de sus trabajadores, garantizando seguridad, salud y vivienda digna, además de impulsar programas de capacitación y desarrollo comunitario.

Económicamente han fortalecido las cadenas de valor locales, incorporando a pequeños productores e invirtiendo en infraestructura para las comunidades cercanas. Sin embargo, como señala (Zumba, 2023), estos avances no están exentos de desafíos, como la falta de políticas públicas claras que fomenten la RSE, los elevados costos asociados a las certificaciones internacionales y la resistencia al cambio en modelos de producción tradicionales.

Por otro lado, las empresas importadoras en Ecuador han adoptado un enfoque distinto pero igualmente relevante en materia de RSE.

Según (Apolo, 2023) en su investigación estas empresas priorizan la ética en su cadena de suministro, exigiendo a sus proveedores internacionales el cumplimiento de estándares laborales y ambientales rigurosos, como la prohibición del trabajo infantil y la minimización del impacto ecológico.

La transparencia es otro pilar clave, manifestándose en la adopción de normas como la ISO 26000 y la elaboración de informes de sostenibilidad que les permiten acceder a mercados más exigentes, como la Unión Europea y Estados Unidos (Apolo, 2023).

La RSE se ha convertido así en un diferenciador competitivo para estas empresas, aunque enfrentan obstáculos como los altos costos de implementación y la falta de una cultura de responsabilidad social en las pequeñas y medianas empresas (pymes). Un punto en común entre ambos sectores, según ambos estudios, es la necesidad de un marco regulatorio más sólido que impulse la adopción generalizada de prácticas de RSE en Ecuador.

Tanto exportadoras como importadoras reconocen que, si bien la RSE mejora su competitividad en el mercado global, la falta de regulaciones específicas y de incentivos gubernamentales limita su expansión, especialmente entre las pymes. (Parrales Zumba; Gallo Apolo, 2023)

Las empresas importadoras, por su parte, tienden a operar bajo marcos regulatorios más estrictos, como las normas del Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN).

Estas regulaciones obligan a garantizar la calidad y seguridad de los productos que ingresan al país, lo cual representa una forma indirecta de responsabilidad social. No obstante, muchas importadoras aún carecen de estrategias estructuradas de RSE que contemplen aspectos sociales o ambientales. Su responsabilidad se limita, en muchos casos, a cumplir con lo exigido por ley, sin vincularse activamente con los

desafíos del desarrollo sostenible o con el entorno comunitario en el que operan. (Villacis; Suárez; Llanos 2016)

En el contexto global, las expectativas sobre la responsabilidad empresarial se han intensificado. Informes y plataformas de buenas prácticas recomiendan que las empresas desarrollen políticas claras de RSE que incluyan a todos sus grupos de interés.

Estas políticas deben considerar no solo el impacto ambiental, sino también temas como diversidad, equidad, transparencia y compromiso con los derechos humanos. La RSE moderna ya no se limita a donaciones o campañas puntuales, sino que requiere una integración transversal en la cultura organizacional. (¿Qué es RSE y cuáles son los tipos de Responsabilidad Social Empresarial?, 2025).

El desarrollo de la responsabilidad social empresarial (RSE) en las empresas exportadoras e importadoras del Ecuador ha cobrado relevancia en los últimos años, tanto por la presión de los mercados internacionales como por la creciente conciencia social y ambiental en el ámbito local. Según Pacheco et al. (2019), en su estudio publicado en SciELO, las empresas ecuatorianas han adoptado prácticas de RSE como una estrategia para mejorar su competitividad en el mercado global, especialmente en sectores clave como el bananero, el florícola y el pesquero.

Los autores destacan que estas iniciativas no solo buscan cumplir con normativas internacionales, sino también generar un impacto positivo en las comunidades donde operan, a través de programas de desarrollo sostenible, educación y salud (Pacheco et al., 2019).

Sin embargo, el estudio también señala que aún existen desafíos importantes, como la falta de una regulación clara por parte del Estado y la necesidad de una mayor articulación entre el sector privado, el gobierno y la sociedad civil para que la RSE sea realmente efectiva.

Por otro lado, en un artículo publicado en Redalyc, se analiza cómo las empresas importadoras en Ecuador han integrado la RSE en sus modelos de negocio, particularmente en relación con la cadena de

suministro y las prácticas comerciales éticas (Vélez et al., 2020). El estudio enfatiza que, aunque algunas empresas han avanzado en la implementación de políticas de comercio justo y reducción de la huella de carbono, muchas aún operan bajo esquemas tradicionales que priorizan la rentabilidad sobre la sostenibilidad (Vélez et al., 2020).

Los investigadores sugieren que, para lograr un desarrollo más equilibrado, es fundamental que las empresas adopten marcos normativos más estrictos y fomenten una cultura organizacional alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

3.5 Resultados

Del análisis de las fuentes y casos estudiados se desprende que la RSE en Ecuador ha alcanzado un grado de madurez importante en empresas vinculadas al comercio exterior, especialmente en aquellas que exportan a mercados que exigen certificaciones éticas y ambientales.

Las experiencias de Pacari y ADELCA demuestran que las prácticas sostenibles pueden ser tanto rentables como socialmente responsables. Estas empresas han logrado integrar la RSE en su estrategia central, generando beneficios compartidos para la empresa, la comunidad y el entorno natural. (DinersClub, 5 Ejemplo de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador, 2022)

Sin embargo, los resultados también evidencian una brecha entre empresas grandes y pequeñas, así como entre exportadoras e importadoras. Mientras que las primeras tienden a adoptar voluntariamente prácticas responsables por presión de mercados y consumidores, las segundas suelen limitarse al cumplimiento normativo.

Esta diferencia refleja la necesidad de diseñar políticas públicas más activas para incentivar la RSE, especialmente en sectores con menor visibilidad o capacidad organizativa. Además, los hallazgos destacan que la formación empresarial y el acompañamiento técnico son claves

para fortalecer una cultura de sostenibilidad empresarial. (Veliz;Proaño;Mendoza, 2025)

En términos de normativas y políticas públicas, se ha detectado una falta de articulación entre el marco legal y las necesidades reales de las empresas. Aunque existen regulaciones que promueven la calidad de productos y la gestión ambiental, como las normas del INEN, estas resultan insuficientes para promover una cultura empresarial sostenible a largo plazo.

La escasa supervisión y el limitado acompañamiento técnico por parte de las instituciones estatales agravan esta situación, dejando la implementación de la RSE a la discrecionalidad de cada empresa. En consecuencia, muchas prácticas se mantienen en el plano simbólico o superficial, sin generar cambios estructurales. (Veliz;Proaño;Mendoza, 2025)

Un hallazgo relevante es que la formación empresarial y la capacitación continua son elementos clave para fortalecer la implementación de la RSE en Ecuador. Las empresas que han avanzado en sostenibilidad tienden a invertir en la educación de sus empleados, el desarrollo de competencias en liderazgo ético y la incorporación de sistemas de monitoreo e indicadores de impacto.

Esta tendencia se evidencia tanto en Pacari, con sus alianzas con comunidades agrícolas, como en ADELCA, con sus programas educativos comunitarios. Estas prácticas reflejan que la sostenibilidad no es un proceso aislado, sino un sistema de gestión interdependiente. (DinersClub, 5 Ejemplo de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador, 2022)

La comparación entre fuentes académicas y casos reales permitió validar que la RSE no puede entenderse como un estándar único, sino como un proceso adaptativo que debe responder a las condiciones socioeconómicas y culturales de cada empresa y su entorno.

Las mejores prácticas se caracterizan por su capacidad para integrar la sostenibilidad en decisiones operativas, financieras y estratégicas, más

que por cumplir con listas de verificación. El contraste entre normativa, discurso empresarial e impacto efectivo resulta esencial para comprender las limitaciones y potencialidades de la RSE en Ecuador. (Villacis;Suarez;Llanos, 2016)

Finalmente, la comparación entre fuentes académicas y casos reales permitió validar que la RSE debe entenderse como un proceso adaptativo y contextual. No existe un modelo único aplicable a todas las empresas; por el contrario, cada organización debe diseñar sus propias estrategias según su tamaño, sector, recursos y entorno sociocultural.

Las mejores prácticas son aquellas que integran la sostenibilidad en las decisiones financieras, operativas y de gobernanza, más que aquellas que se enfocan únicamente en el cumplimiento externo.

Esta perspectiva sugiere que el verdadero impacto de la RSE se mide no por la cantidad de informes publicados, sino por la coherencia entre discurso, acción y transformación social.

(Villacis;Suarez;Llanos, 2016)



Capítulo IV

Responsabilidad administrativa en tiempos de cambio: el papel estratégico de la RSE en la nueva gestión empresarial



Docente de la Universidad de Guayaquil

Clara Augusta Cabrera Jara

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Ariel Steven Arias Mosquera

Anthony Christian Caice Freire

Jeison Jair Martínez Mateo

Josué Andrés Parrales Gonzales

4.1 Resumen

El texto aborda la transformación del entorno empresarial contemporáneo y el papel fundamental que cumple la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en este nuevo escenario. Sostiene que, ante los cambios tecnológicos, sociales y ambientales, las empresas deben adoptar modelos de gestión más éticos, inclusivos y sostenibles. La

Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha evolucionado de ser una práctica filantrópica para convertirse en un eje estratégico de gestión que abarca desde la gobernanza hasta la comunidad.

En Ecuador, esta práctica avanza, pero enfrenta desafíos relacionados con la educación empresarial, la normativa legal y la cultura organizacional. Se destacan ejemplos positivos de empresas como Corporación Favorita, Banco Pichincha y La Fabril, que han integrado con éxito la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a sus operaciones.

Asimismo, se enfatiza la necesidad de institucionalizar la RSE a través de políticas, formación en valores, y medición de impactos, y se plantea su integración en la transformación digital. El texto concluye que la RSE debe convertirse en una cultura organizacional y no solo una práctica normativa, siendo clave para un desarrollo empresarial justo, competitivo y sostenible.

Palabras claves:

Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Indicadores (ESG / GRI), Desarrollo sostenible, Sostenibilidad.

4.2 Introducción

En la actualidad, las organizaciones enfrentan un entorno caracterizado por cambios constantes en los ámbitos económico, social, tecnológico y ambiental.

Estos cambios exigen una redefinición de los modelos de gestión empresarial, donde la responsabilidad administrativa debe ir más allá de la eficiencia operativa y el cumplimiento de objetivos financieros.

Es en este contexto donde la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) emerge como una herramienta estratégica clave para las empresas que buscan adaptarse y prosperar en un entorno dinámico.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) implica la integración voluntaria, por parte de las empresas, de preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores.

Este enfoque no solo mejora la imagen corporativa, sino que también contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de las comunidades en las que operan.

En Ecuador, la adopción de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha ido en aumento, aunque aún enfrenta desafíos significativos, como la falta de comprensión sobre su verdadero alcance y la necesidad de integrarla de manera efectiva en la estrategia empresarial.

La responsabilidad administrativa, en tiempos de cambio, requiere de líderes empresariales capaces de tomar decisiones que equilibren los intereses económicos con los impactos sociales y ambientales.

Esto implica una gestión empresarial que incorpore la RSE como un componente central de su estrategia, promoviendo una cultura organizacional basada en la ética, la transparencia y el compromiso con el desarrollo sostenible.

Este ensayo tiene como objetivo analizar cómo la responsabilidad administrativa se redefine en el contexto actual y cómo la RSE se posiciona como un elemento estratégico en la nueva gestión empresarial.

Se explorarán los fundamentos teóricos de la RSE, su evolución en el ámbito empresarial, los desafíos y oportunidades que presenta su implementación en Ecuador, y se presentarán casos prácticos que ilustran su impacto positivo en la sostenibilidad y competitividad de las empresas.

En las últimas décadas, el entorno empresarial global ha experimentado transformaciones profundas impulsadas por la

aceleración tecnológica, el aumento de la conciencia social, la crisis ambiental y la creciente demanda de transparencia.

Estas dinámicas han obligado a las organizaciones a replantear sus modelos de gestión y a asumir una visión más amplia de su papel en la sociedad. En este marco, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha emergido como un enfoque estratégico clave, que no solo responde a expectativas éticas, sino que también fortalece la sostenibilidad y la competitividad de las empresas.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha dejado de ser una práctica filantrópica para convertirse en un elemento estructural de la gestión organizacional, que abarca aspectos económicos, legales, éticos y sociales.

En contextos como el de Ecuador, su implementación plantea oportunidades significativas, pero también desafíos estructurales relacionados con la cultura empresarial, la normativa vigente y las capacidades institucionales.

A pesar de estos obstáculos, algunas empresas han demostrado que es posible integrar exitosamente la RSE como parte de su ADN corporativo, contribuyendo activamente al desarrollo sostenible del país.

Este trabajo analiza el papel actual de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el contexto empresarial ecuatoriano, su evolución conceptual y estratégica, los factores que condicionan su implementación, y la necesidad de una cultura organizacional basada en valores éticos.

Asimismo, se examina la importancia de una educación empresarial orientada a la sostenibilidad y los retos emergentes que impone la transformación digital, todo ello con el fin de comprender cómo la RSE puede consolidarse como un eje transversal de la gestión empresarial en el siglo XXI.

La responsabilidad social empresarial ha adquirido un papel importante en el área de gestión empresarial debido al mundo que vivimos, caracterizado por los cambios constantes y la incertidumbre.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un componente estratégico el cual no solo responde las exigencias del consumidor, también tiene un factor determinante para la sostenibilidad y competitividad de las organizaciones.

En el presente capítulo se explora como la Responsabilidad Social Empresarial puede influir en las decisiones administrativas y como su integración puede facilitar la adaptación a un entorno en transformación.

Lo que ha llevado a las empresas a replantear sus modelos de negocios son los diversos cambios globales, como pueden ser la digitalización o los cambios ambientales, priorizando los beneficios económicos y el impacto social y ambiental de sus operaciones.

4.3 Metodología empleada

Para el presente trabajo se adoptó una metodología cualitativa de tipo descriptivo-analítico, basada en la revisión documental de fuentes primarias y secundarias, con el objetivo de analizar el papel estratégico de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) dentro de la nueva gestión empresarial y su relación con la responsabilidad administrativa.

Esta metodología permite una comprensión profunda del fenómeno investigado, facilitando el análisis crítico de teorías, normativas y prácticas empresariales contemporáneas en el contexto ecuatoriano.

La investigación se sustentó en el enfoque cualitativo porque busca interpretar fenómenos sociales y administrativos desde una perspectiva contextual, más que medir variables cuantitativas (Hernández Sampieri et al., 2014).

Se optó por un diseño descriptivo ya que se pretende exponer las características actuales de la RSE en tiempos de transformación organizacional, y por un enfoque analítico al comparar diferentes posturas académicas, informes institucionales y casos empresariales reales.

4.4 Justificación de la metodología

La elección de una metodología cualitativa responde a la naturaleza compleja y multidimensional del objeto de estudio: la responsabilidad administrativa en la gestión empresarial moderna, mediada por principios éticos, sociales y ambientales.

Este enfoque permitió integrar elementos como la cultura organizacional, las decisiones estratégicas y la transformación digital, los cuales no son fácilmente cuantificables, pero sí analizados mediante el estudio crítico de discursos, normativas y experiencias prácticas (Stake, 1995).

Además, esta metodología es adecuada cuando se requiere explorar procesos en evolución, como es el caso de la adopción progresiva de la RSE en Ecuador, en donde la evidencia empírica aún se encuentra en consolidación y requiere ser contextualizada desde marcos teóricos amplios.

Fuentes utilizadas y su evaluación crítica

Se utilizaron fuentes primarias, tales como normativas institucionales, informes corporativos de empresas ecuatorianas (como Banco Pichincha, La Fabril y Corporación Favorita) y pronunciamientos de organismos internacionales como la Comisión Europea (2001). Estas fuentes permitieron observar cómo se aplica la RSE en contextos reales, y qué implicaciones tiene en la práctica. Paralelamente, se revisaron fuentes secundarias como artículos académicos, libros especializados y estudios de caso desarrollados por investigadores como Flórez (2020), Freeman (1984) y Castejón (2018).

Estas fuentes ofrecieron marcos teóricos y conceptos clave para interpretar las acciones empresariales desde una mirada crítica. La triangulación de estas fuentes permitió identificar coincidencias y tensiones: mientras los informes empresariales resaltan logros en sostenibilidad, los estudios académicos critican la falta de institucionalización profunda de la RSE en América Latina.

Esta discrepancia evidencia la necesidad de superar enfoques meramente declarativos y avanzar hacia una responsabilidad corporativa medible, transversal y ética (Santana-Rojas, Ortíz-Sanches, & Santamaría-Díaz, 2022).

Ventajas y desventajas del enfoque metodológico

Ventajas:

- Permite una comprensión integral del fenómeno estudiado.
- Facilita el análisis contextual y crítico de prácticas empresariales reales.
- Admite la integración de diversas perspectivas: teóricas, institucionales y prácticas.

Desventajas:

- No permite generalizar resultados estadísticamente. - Depende de la calidad y disponibilidad de las fuentes documentales.
- Puede haber sesgos interpretativos si no se triangulan adecuadamente los datos.

4.5 Conclusión del diseño

La metodología cualitativa descriptivo-analítica empleada en esta investigación resultó adecuada para abordar el tema de la responsabilidad administrativa en tiempos de cambio, considerando la complejidad ética, institucional y estratégica que implica la integración de la RSE en la gestión empresarial moderna.

El análisis crítico de fuentes primarias y secundarias permitió obtener una visión más equilibrada, reconociendo tanto avances como limitaciones del contexto ecuatoriano.

La responsabilidad administrativa en el contexto empresarial

La responsabilidad administrativa, en su sentido más amplio, implica que las organizaciones deben responder por los impactos de sus decisiones y acciones, tanto en el ámbito interno como externo. En el contexto empresarial, esto incluye el cumplimiento de normativas legales, pero también la adopción de prácticas éticas y sostenibles que respondan a las expectativas de los stakeholders.

Según conceptosjuridicos.com, la responsabilidad administrativa es "el deber de responder por daños o perjuicios causados por una infracción en el cumplimiento de una norma" (Conceptos Jurídicos). En el ámbito empresarial, esta responsabilidad se extiende a la gestión de riesgos sociales y ambientales, lo que conecta directamente con la RSE.

La Responsabilidad Administrativa en la Nueva Gestión Empresarial

La responsabilidad administrativa moderna implica la integración de la RSE en la planificación estratégica y operativa de la empresa.

Esto se traduce en la adopción de políticas y prácticas que consideran los impactos sociales y ambientales de las decisiones empresariales. La (Comisión Europea, 2001) define la RSE como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha trascendido su percepción inicial como una moda para convertirse en un pilar estratégico de la gestión empresarial moderna.

En un entorno de cambios constantes, como los impulsados por la globalización, la tecnología y las crisis globales, la RSE ofrece un marco para alinear los objetivos empresariales con las necesidades de la sociedad.

La responsabilidad administrativa, en el contexto de la nueva gestión empresarial, debe entenderse como un concepto dual. Por un lado, mantiene su dimensión tradicional de rendición de cuentas interna, impulsada por la eficiencia operativa y el cumplimiento legal.

A su vez, se expande y se convierte en rendición administrativa externa impugnada por el impacto, la rendición de cuentas en términos sociales y ambientales. La evolución de la "responsabilidad administrativa" en el sector privado, desde un enfoque en la eficiencia interna hacia una rendición de cuentas externa, se manifiesta a través de la creciente importancia de la rendición de cuentas corporativa.

Esta última demanda que las empresas sean responsables por sus impactos sociales, económicos y ambientales ante todos sus grupos de interés, trascendiendo la maximización de beneficios.

Lo anterior significa que, la responsabilidad administrativa del sector privado no es un mero acto de reconocimiento de normas internas o una primera busca de los gastos, sino que procura activamente manejarse al impresario que tienen otras su cotidianidad.

Adaptación a los desafíos contemporáneos

La RSE representa un nuevo modelo de gestión que prioriza a todos los grupos de interés, no solo a los accionistas.

Según (Castejón, 2018), este enfoque responde a mega tendencias como la conservación de la energía, la protección del clima y el compromiso social, lo que permite a las empresas anticiparse a las demandas del mercado y las regulaciones (ENAE).

Por ejemplo, la adopción de prácticas sostenibles, como la reducción del consumo de papel, puede disminuir costos operativos y atraer a consumidores conscientes.

Antecedentes de la responsabilidad social empresarial.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) cuentan con aproximado 75 años de evolución y sus orígenes son a finales de los años 50 que surgieron las primeras iniciativas de filantropía corporativa, como donaciones y ayudas a la comunidad, impulsadas por magnates industriales tales como Andrew Carnegie y John D. Rockefeller.

El concepto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) fue tratado por primera vez en una obra “Social responsibilities of the businessmen” por el economista Howard R. Bowen en la cual se cuestiona a las empresas y las responsabilidades de devolver a la sociedad lo que esta les facilito. (Flórez, 2020)

La teoría de los stakerholder

Este término se utilizó desde 1930, pero Edward Freeman lo desarrollo en 1984. La teoría de los stakeholders es utilizada como una estrategia empresarial, y busca satisfacer las necesidades de las partes que están interesadas de una organización (Armado & Mercedes, 2022).

Nos dice. Los stakeholders pueden ser directos o indirectos pero su influencia e importancia pueden tener relevancia en el cumplimiento de los objetivos de una compañía.

La ética en los negocios y responsabilidad social empresaria

(Santana-Rojas, Ortíz-Sanches, & Santamaria-Díaz, 2022) Una de las principales definiciones de la responsabilidad social empresarial se

describe como una obligación de tomadores de decisiones para proteger y mejorar el bienestar social.

Hoy en día, las actividades de responsabilidad social empresarial promueven la creación de valor y la ganancia. Donde se manifiesta a través del mantenimiento de un comportamiento ético y una orientación de marketing verde.

4.6 Resultados

Los componentes diseñados por la administración para proporcionar seguridad razonable y llevar un control adecuado mediante estos objetivos:

Ambiente de control

Los principales factores del ambiente de control como nos indica (Millán & Guevara, 2023). está la filosofía y estilo de la dirección y las gerencias; La estructura, plan organizacional, reglamento manuales y procedimientos.

La integridad valores éticos competencias profesionales y compromisos de todos los miembros de la organización; La forma de asignación de responsabilidad de administración y desarrollo personal; El grado de documentación de políticas y decisiones.

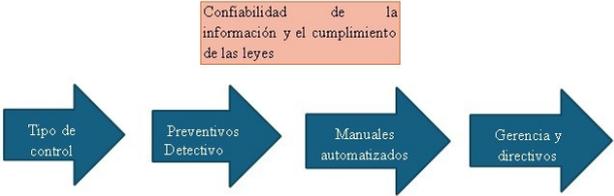
Con estos factores, el ambiente de control aporta un entorno y estructura que ayuda a seguir las actividades de todo el personal, con la finalidad de que se pueda cumplir sus responsabilidades.

Evaluación de los riesgos:

Se ha diseñado especialmente para evitar los riesgos que afectan las actividades de las organizaciones.

Actividades de control:

En este factor son procedimientos de carácter específicos para el cumplimiento de los objetivos.



Estos puntos son importantes ya que se relaciona con la aprobación, la autorización, la verificación.

Comunicación e información



Conclusión:

La evolución del entorno empresarial contemporáneo exige una profunda reconfiguración del rol que desempeñan las organizaciones en la sociedad.

En este contexto, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se consolida como una herramienta estratégica y ética indispensable para garantizar no solo la sostenibilidad económica, sino también la legitimidad social de las empresas.

Como se ha evidenciado, la RSE ha dejado de ser un conjunto de acciones complementarias para transformarse en una filosofía integral de gestión que abarca la relación con los trabajadores, la comunidad, el medio ambiente y los distintos grupos de interés.

En el caso de Ecuador, aunque existen avances importantes, persisten desafíos estructurales relacionados con la educación empresarial, la cultura organizacional y la falta de articulación normativa.

Sin embargo, los ejemplos positivos de empresas que han incorporado prácticas responsables demuestran que es posible construir modelos de gestión que generen valor compartido y fortalezcan la cohesión social.

La enseñanza principal que deja este análisis es que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no puede entenderse como una obligación externa o un gasto adicional, sino como una inversión estratégica que potencia la innovación, la confianza y la resiliencia empresarial.

Su verdadero impacto se alcanza cuando se convierte en parte de la cultura organizacional y guía la toma de decisiones desde la ética, la transparencia y la corresponsabilidad.

Finalmente, la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) radica en su capacidad para contribuir a un nuevo paradigma empresarial, orientado al bien común y al desarrollo sostenible.

En un mundo marcado por la incertidumbre y el cambio constante, las empresas que integren la sostenibilidad como principio rector estarán mejor preparadas para competir, perdurar y generar un legado positivo para las generaciones futuras



Capítulo V

La Responsabilidad Social Empresarial frente al Cambio Climático: Retos y Oportunidades para el Comercio Exterior en Ecuador



Docente de la Universidad de Guayaquil

Delia Alexandra Cevallos Castro

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Kristel Yalena Chalen Asencio

Amelia Dayanara Carbache Carrera

Nataly Martha Vallejo Demera

5.1 Resumen

Este trabajo analiza la ética empresarial y la responsabilidad social como elementos fundamentales en la gestión de las organizaciones modernas, con énfasis en su aplicación dentro del entorno latinoamericano. A través de una revisión documental de fuentes académicas recientes, se exponen conceptos clave, beneficios, desafíos y casos prácticos relacionados con la implementación de principios éticos en la empresa. Se destaca cómo la ética debe ser el fundamento sobre el cual se construyen las acciones de responsabilidad social, evitando su uso únicamente como estrategia de imagen. Casos como Grupo Bimbo, Natura y Cervecería Nacional muestran que es posible combinar competitividad y compromiso social. También se abordan críticas como el greenwashing y la falta de coherencia institucional. Se concluye que incorporar la ética y la responsabilidad social no solo es un imperativo moral, sino también estratégico para la sostenibilidad empresarial y el desarrollo de sociedades más justas, transparentes y resilientes.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, cambio climático, comercio internacional, sostenibilidad, Ecuador

5.2 Introducción

El cambio climático se ha convertido en uno de los mayores desafíos globales del siglo XXI, afectando profundamente las estructuras productivas, comerciales y sociales de los países.

En este escenario, la responsabilidad social empresarial (RSE) adquiere un rol protagónico como instrumento para enfrentar los impactos ambientales y promover un desarrollo más sostenible.

Las empresas, especialmente aquellas vinculadas al comercio exterior, tienen hoy la responsabilidad de adoptar estrategias que reduzcan su huella ecológica y fortalezcan su compromiso con el planeta y las futuras generaciones. (Gómez & Zambrano, 2021)

En el caso de Ecuador, la economía depende en gran medida de sectores exportadores como el banano, camarón, cacao y petróleo.

Estas actividades, aunque claves para el ingreso de divisas, también generan presiones significativas sobre los recursos naturales y contribuyen a las emisiones de gases de efecto invernadero. Por ello, aplicar principios de RSE frente al cambio climático no solo representa una exigencia ética, sino también una necesidad estratégica para mejorar la competitividad y sostenibilidad de las exportaciones nacionales. (Muñoz & Herrera, 2022)

La RSE permite integrar prácticas responsables que van desde la eficiencia energética hasta la gestión adecuada de residuos, pasando por cadenas de suministro más sostenibles. Además, responde a las demandas de mercados internacionales, especialmente europeos y norteamericanos, que exigen certificaciones ambientales y estándares éticos para importar productos. En este sentido, la incorporación de acciones climáticamente responsables en las estrategias empresariales es un requisito creciente para mantener y ampliar la participación en el comercio exterior. (Silva & Arévalo, 2023)

El cambio climático también plantea riesgos físicos y regulatorios que afectan la operatividad y rentabilidad de las empresas exportadoras. Inundaciones, sequías, aumento de temperaturas y desastres naturales impactan directamente en la producción, el transporte y la logística internacional. Por otro lado, normativas más estrictas sobre emisiones de carbono y trazabilidad ambiental están siendo adoptadas por los países importadores, lo que exige a las empresas ecuatorianas una adaptación rápida y eficaz si desean mantenerse competitivas. (Paredes & Molina, 2020)

A nivel nacional, si bien existen avances en política ambiental y acuerdos internacionales como el Acuerdo de París, aún es incipiente la adopción generalizada de la RSE climática en el sector empresarial.

Muchas empresas aún ven estas prácticas como costos adicionales y no como inversiones que pueden mejorar su posicionamiento internacional. Cambiar esta percepción es clave para impulsar una cultura empresarial comprometida con el entorno, que entienda que la sostenibilidad es una condición para competir globalmente. (Carrillo & Valverde, 2022)

Este trabajo busca analizar cómo la RSE puede convertirse en una herramienta para enfrentar el cambio climático desde el sector empresarial exportador ecuatoriano. Se parte de una revisión teórica del concepto de RSE y su relación con la sostenibilidad ambiental, para luego identificar los principales retos y oportunidades que enfrentan las empresas en este contexto. El estudio pone especial énfasis en casos aplicados y lecciones prácticas que permitan orientar futuras políticas y decisiones estratégicas.

La metodología empleada consiste en una revisión documental de fuentes académicas publicadas en los últimos cinco años, centradas en América Latina y el contexto ecuatoriano.

Se incluyen también estudios de caso de empresas que han incorporado prácticas responsables frente al cambio climático, así como análisis de marcos regulatorios relevantes para el comercio internacional sostenible.

Esta aproximación cualitativa permite comprender tanto las oportunidades como las barreras para una verdadera transformación empresarial. El presente análisis se justifica por la urgente necesidad de repensar el rol del sector privado en la lucha contra el cambio climático.

Más allá de cumplir con normas ambientales, las empresas deben asumir una postura activa y comprometida, integrando la sostenibilidad en el corazón de su modelo de negocio. La RSE, aplicada con coherencia y visión de largo plazo, permite transitar hacia formas de producción y comercio más justas, resilientes y adaptadas a los retos del siglo XXI.

Asimismo, se plantea que las estrategias de RSE deben articularse con las políticas públicas, los acuerdos multilaterales y las exigencias de los socios comerciales. Solo de este modo será posible construir una matriz productiva que no solo genere ingresos, sino que también respete los límites ecológicos del planeta. La colaboración entre sectores, el fortalecimiento de capacidades y la innovación responsable son elementos claves para avanzar hacia un comercio exterior más sostenible.

En definitiva, integrar la responsabilidad social empresarial como respuesta al cambio climático no solo es una exigencia ética, sino también una oportunidad estratégica.

Las empresas ecuatorianas, en especial las vinculadas al comercio exterior, tienen ante sí el reto de liderar una transición verde que les permita competir con estándares internacionales, proteger su entorno y contribuir activamente a los objetivos globales de desarrollo sostenible.

5.3 Metodología

Para el desarrollo de esta investigación, optamos por un diseño cualitativo de tipo documental, ya que nos permitió analizar en profundidad la relación entre la responsabilidad social empresarial (RSE), el cambio climático y el comercio exterior en el contexto ecuatoriano. Consideramos que esta metodología era la más adecuada porque el objetivo del trabajo es comprender fenómenos sociales complejos desde una perspectiva crítica, más que cuantificar variables o probar hipótesis estadísticas.

Nos enfocamos en fuentes primarias y académicas recientes, priorizando artículos publicados en revistas indexadas en bases como Scopus y Latindex, así como informes de organismos internacionales como la CEPAL, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y el Ministerio del Ambiente de Ecuador.

Estas fuentes ofrecen información validada, actualizada y contextualizada, lo cual resultó fundamental para asegurar la solidez de los argumentos y el enfoque regional de este trabajo. La búsqueda bibliográfica la realizamos utilizando bases de datos académicas y repositorios institucionales. Empleamos palabras clave como “responsabilidad social empresarial”, “cambio climático”, “comercio exterior”, “Ecuador” y “sostenibilidad”.

Así mismo, utilizamos el Tesauro de la Unesco para estandarizar los términos y garantizar una selección rigurosa de literatura científica. También incluimos estudios de caso relevantes de empresas exportadoras ecuatorianas que aplican medidas ambientales

responsables. Una de las principales ventajas de este enfoque es que nos permitió integrar conocimientos desde múltiples disciplinas: ética empresarial, economía ambiental y relaciones comerciales internacionales.

Esta interdisciplinariedad fortaleció nuestro análisis, ya que el cambio climático y la RSE no son fenómenos aislados, sino interdependientes. Además, nos permitió identificar patrones comunes y tensiones entre las exigencias del comercio internacional y la responsabilidad social en los sectores exportadores.

Reconocemos también algunas limitaciones del enfoque documental. Por ejemplo, al no contar con entrevistas o datos empíricos de campo, el trabajo depende exclusivamente del rigor de las fuentes seleccionadas. Sin embargo, mitigamos este riesgo utilizando literatura de alto impacto y fuentes institucionales verificables, lo que permitió sostener un análisis crítico y bien fundamentado.

Finalmente, decidimos estructurar el desarrollo del trabajo en bloques temáticos, lo que nos ayudó a abordar cada componente con claridad: definiciones conceptuales, análisis del contexto ecuatoriano, desafíos actuales, casos aplicados y oportunidades para el comercio exterior. Este esquema nos permitió mantener una narrativa coherente y progresiva, cumpliendo con los requerimientos metodológicos establecidos por el profesor guía y la normativa institucional.

La Responsabilidad Social Empresarial frente al Cambio Climático

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha evolucionado en las últimas décadas desde un enfoque filantrópico hacia una estrategia integral orientada a la sostenibilidad.

En el contexto del cambio climático, la RSE adquiere un papel esencial al convertirse en un instrumento que permite a las empresas reducir su impacto ambiental, adaptarse a nuevos marcos regulatorios y contribuir activamente a la mitigación de los efectos globales del calentamiento.

Esta transformación responde no solo a exigencias éticas, sino también a demandas del mercado y de la sociedad. (González & Restrepo, 2020)

El cambio climático plantea desafíos urgentes que obligan a las empresas a replantear sus modelos de producción, consumo y exportación. A través de la RSE, las organizaciones pueden incorporar criterios ambientales en toda su cadena de valor: desde el abastecimiento de materias primas hasta la distribución de productos finales.

Esto implica adoptar tecnologías limpias, reducir emisiones, gestionar adecuadamente los residuos y promover una cultura organizacional orientada al respeto ambiental. (Álvarez, 2021). En Ecuador, la relación entre RSE y cambio climático ha cobrado relevancia debido al impacto que fenómenos como el Fenómeno del Niño, la deforestación o la degradación de suelos tienen sobre sectores productivos clave, como el agrícola, el pesquero y el energético.

La integración de prácticas responsables permite a las empresas no solo reducir riesgos operativos, sino también posicionarse como actores clave en la construcción de resiliencia climática a nivel territorial. (Martínez & Torres, 2023)

Asimismo, la presión de los mercados internacionales ha empujado a muchas empresas exportadoras a adoptar estándares más exigentes en términos ambientales. Países de la Unión Europea, por ejemplo, han implementado normativas que restringen el ingreso de productos con alta huella de carbono o sin trazabilidad sostenible.

En este escenario, la RSE no es solo una responsabilidad, sino una condición para competir. Las empresas que integran la sostenibilidad en su modelo de negocio tienen mayores oportunidades de acceder a nuevos mercados y fortalecer su reputación internacional. (Velasco & Guerrero, 2022)

Las acciones empresariales frente al cambio climático también tienen un fuerte componente ético. Como actores económicos con capacidad de influencia, las empresas están llamadas a contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente el ODS 13 sobre acción por el clima.

Esto implica no solo cumplir con la normativa, sino superar los mínimos legales y asumir un compromiso activo con la protección del ambiente y las generaciones futuras. (CEPAL – Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021)

Además, el enfoque climático de la RSE fomenta la innovación. Las empresas que invierten en energías renovables, eficiencia energética, movilidad sostenible o eco-diseño no solo reducen su impacto ambiental, sino que también mejoran su competitividad.

Este enfoque permite pasar de una visión reactiva a una visión proactiva, donde el cambio climático se convierte en una oportunidad para repensar procesos, productos y modelos de negocio más sostenibles. (Arias, 2020)

Es importante destacar que la RSE climática no puede reducirse a acciones aisladas, como campañas de reforestación o compensación de emisiones. Debe integrarse en la estrategia central de la empresa, con indicadores claros, metas verificables y mecanismos de seguimiento. Solo así se puede garantizar un impacto real y sostenido, evitando prácticas de greenwashing o simulación de compromiso ambiental. (Gómez & Zambrano, 2021)

La responsabilidad social empresarial frente al cambio climático es una herramienta indispensable para construir un sector privado más consciente, resiliente y competitivo. En el caso ecuatoriano, su aplicación no solo mejora la imagen de las empresas, sino que representa una vía concreta para fortalecer el comercio exterior en armonía con los límites ecológicos del planeta.

La RSE climática es, por tanto, una oportunidad para liderar con responsabilidad en un mundo que exige cada vez más compromiso ambiental.

El Comercio Exterior ante los desafíos climáticos

El comercio exterior se encuentra actualmente en una etapa de profunda transformación, impulsada por los impactos del cambio climático y las exigencias de sostenibilidad de los mercados internacionales.

En este contexto, las exportaciones ecuatorianas enfrentan una doble presión: por un lado, deben cumplir con estándares ambientales más estrictos; por otro, deben mantener la competitividad de sus productos.

Esta situación obliga a replantear las estrategias de inserción comercial desde una perspectiva ecológica y responsable. (CEPAL – Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021)

Los países desarrollados, particularmente de la Unión Europea, han comenzado a implementar regulaciones como los impuestos al carbono en frontera, que afectan directamente a los productos importados con alta huella ambiental.

Estas medidas buscan incentivar la descarbonización global y proteger la producción interna sostenible. Para Ecuador, cuya economía depende fuertemente de sectores extractivos y agroindustriales, esto representa un reto complejo, ya que muchas empresas no han adaptado aún sus procesos a estos nuevos requerimientos. (Velasco & Guerrero, 2022)

En el ámbito logístico, el cambio climático también impone desafíos operativos al comercio exterior. Fenómenos como inundaciones, huracanes o incendios forestales afectan la infraestructura portuaria, las rutas de transporte y la cadena de suministro internacional. Las empresas deben incorporar estos riesgos en su planificación exportadora y desarrollar estrategias de resiliencia para garantizar el cumplimiento de contratos y evitar pérdidas económicas significativas. (Martínez & Torres, 2023)

Por otra parte, las preferencias de los consumidores están cambiando. En los principales mercados de destino, como Europa y Norteamérica, existe una creciente demanda de productos orgánicos, sostenibles y éticamente producidos.

Esta tendencia impulsa a las empresas exportadoras a adoptar certificaciones ambientales, mejorar la trazabilidad de sus productos y demostrar su compromiso con el medio ambiente y la responsabilidad social. Adaptarse a estas exigencias puede abrir nuevas oportunidades comerciales. (Gómez & Zambrano, 2021)

En el caso ecuatoriano, productos emblemáticos como el banano, el cacao fino de aroma, el camarón o las flores han comenzado a incorporar criterios de sostenibilidad en sus procesos.

Sin embargo, el avance es desigual y aún limitado a grandes exportadores. Las pequeñas y medianas empresas enfrentan mayores dificultades debido a la falta de acceso a tecnología limpia, financiamiento verde o conocimientos técnicos especializados.

Esta brecha pone en riesgo su capacidad de insertarse en mercados regulados por criterios ambientales. (Arias, 2020)

Es necesario destacar que los tratados comerciales y acuerdos de libre comercio también están incluyendo cláusulas ambientales. Esto implica que el comercio exterior ya no puede separarse de las metas climáticas globales.

Por ejemplo, la Alianza del Pacífico y el acuerdo comercial entre la Unión Europea y América Latina contemplan compromisos conjuntos en temas de cambio climático, biodiversidad y sostenibilidad.

Esto abre espacios para la cooperación, pero también exige una alineación entre las políticas comerciales y las ambientales. (Arias, 2020)

Desde nuestra perspectiva, el cambio climático debe ser comprendido como un factor estructural que redefine las reglas del comercio exterior. Las empresas y gobiernos que no incorporen esta variable en sus decisiones estratégicas estarán expuestos a sanciones, pérdida de mercados o desventajas competitivas.

Por el contrario, aquellas que lideren la transición ecológica serán mejor valoradas y tendrán mayor capacidad de negociación en los mercados internacionales. (Álvarez, 2021)

En definitiva, el comercio exterior no solo enfrenta desafíos frente al cambio climático, sino también importantes oportunidades. La transición hacia una economía verde está generando demanda de productos sostenibles, inversiones en energías renovables y tecnologías limpias, así como nuevos mercados ecológicos.

Ecuador, por su riqueza natural y diversidad productiva, tiene el potencial de posicionarse como un exportador responsable, siempre que logre alinear su política comercial con sus compromisos ambientales.

Retos y oportunidades de la RSE frente al cambio climático en el comercio exterior ecuatoriano

La implementación de la responsabilidad social empresarial (RSE) como estrategia frente al cambio climático representa una gran oportunidad para que las empresas ecuatorianas se integren de forma competitiva y sostenible en el comercio internacional. Sin embargo, este proceso está acompañado de importantes retos estructurales, normativos y culturales que deben ser abordados de forma crítica. El reto principal es que muchas empresas aún perciben la RSE como un gasto y no como una inversión a largo plazo. (Velasco & Guerrero, 2022)

Uno de los mayores desafíos es la falta de formación técnica y sensibilización ambiental dentro del sector empresarial. A pesar de que existen programas gubernamentales y organizaciones que promueven buenas prácticas, muchas pequeñas y medianas empresas carecen de acceso a información, financiamiento e incentivos para adoptar medidas sostenibles.

Esta situación limita su capacidad de adaptación a las exigencias internacionales y pone en riesgo su permanencia en mercados exigentes. (Velasco & Guerrero, 2022)

Otro obstáculo importante es la debilidad institucional para articular políticas públicas que integren el cambio climático con el comercio exterior. En Ecuador, los marcos normativos ambientales y comerciales no siempre están alineados, lo que genera contradicciones y falta de incentivos claros para las empresas que desean actuar con responsabilidad.

Además, persiste una débil fiscalización ambiental en sectores estratégicos de exportación, lo que dificulta la equidad competitiva entre empresas responsables y aquellas que no lo son. (CEPAL – Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2021)

Sin embargo, también identificamos oportunidades significativas. La tendencia global hacia el consumo responsable y la producción sostenible abre nuevos mercados para productos ecológicos, con certificaciones ambientales y trazabilidad social.

Esto representa una oportunidad para que Ecuador diversifique su oferta exportable, incorpore valor agregado y posicione su imagen país como productor comprometido con la sostenibilidad. (Arias, 2020)

Además, la creciente disponibilidad de financiamiento climático internacional puede ser aprovechada para fortalecer las capacidades de adaptación empresarial. Organismos multilaterales como el BID, el GCF (Fondo Verde para el Clima) y agencias de cooperación internacional ofrecen recursos para inversiones en energías renovables, eficiencia energética, gestión de residuos y procesos productivos limpios.

Acceder a estos fondos puede acelerar la transición de muchas empresas hacia modelos responsables. (Arias, 2020) Las certificaciones ambientales y sociales también se consolidan como herramientas estratégicas. Sellos como Fair Trade, Rainforest Alliance o Carbon Neutral permiten a las empresas ecuatorianas diferenciarse en el mercado y ganar valor reputacional.

Estas certificaciones no solo mejoran el posicionamiento internacional, sino que generan confianza en los consumidores y establecen relaciones comerciales más sólidas y duraderas. (González & Restrepo, 2020)

Desde nuestra perspectiva, la clave está en construir una visión empresarial que entienda el cambio climático no como una amenaza externa, sino como un factor estructural que exige respuestas responsables y estratégicas.

Las empresas que integren la RSE con enfoque climático podrán reducir sus riesgos, innovar en sus procesos y fortalecer su presencia en los mercados internacionales más exigentes. Esta transformación requiere liderazgo, compromiso y cooperación multisectorial (Martínez & Torres, 2023).

5.4 Resultados

A partir del análisis documental realizado, identificamos que la responsabilidad social empresarial (RSE) ha evolucionado en América Latina hacia una herramienta estratégica frente al cambio climático, especialmente en países exportadores como Ecuador.

Sin embargo, la aplicación de este enfoque todavía es limitada en sectores clave de la economía nacional. La mayoría de las prácticas responsables se concentran en grandes empresas, mientras que las pequeñas y medianas aún enfrentan dificultades estructurales para implementarlas.

Al contrastar las fuentes académicas con informes institucionales, observamos que, si bien existen normativas ambientales en el país, su aplicación efectiva es desigual. Por ejemplo, la CEPAL (2021) señala avances normativos en políticas climáticas, pero estudios nacionales (Gómez & Zambrano, 2021) muestran la ausencia de incentivos concretos para que las empresas integren sostenibilidad ambiental en sus operaciones de exportación.

Esta desconexión limita el impacto real de la RSE en la estrategia comercial del país. También hallamos diferencias entre el discurso y la práctica empresarial. Aunque muchas empresas declaran estar comprometidas con el medio ambiente, pocas presentan evidencia de reducción de emisiones, eficiencia energética o trazabilidad ambiental.

Esta tendencia es coherente con lo descrito por (González & Restrepo, 2020), quienes advierten que gran parte de la RSE en la región sigue siendo reactiva y orientada a la imagen corporativa más que a la transformación estructural.

En el plano internacional, identificamos que las nuevas políticas comerciales incluyen criterios climáticos que redefinen los estándares de exportación.

La Unión Europea, por ejemplo, ha propuesto un Mecanismo de Ajuste de Carbono en Frontera, lo que implicaría tarifas adicionales a productos con alta huella ambiental.

Frente a ello, las empresas ecuatorianas no solo deben adaptarse tecnológicamente, sino también redefinir sus modelos productivos si desean mantener su participación en estos mercados. (Velasco & Guerrero, 2022)

En contraste con estos retos, observamos oportunidades claras. Algunas empresas ecuatorianas, como las exportadoras de banano orgánico o cacao con certificaciones de comercio justo, han logrado posicionarse favorablemente en mercados sensibles a la sostenibilidad.

Estos casos coinciden con lo planteado quien destaca que la innovación sostenible genera ventajas competitivas cuando está alineada con las tendencias del comercio responsable global.

Otro resultado clave es la necesidad de articulación entre las políticas ambientales y comerciales. A través del contraste entre la legislación nacional y los tratados de comercio exterior, observamos que Ecuador no siempre establece mecanismos de cooperación entre ministerios ni canales claros para que las empresas puedan alinear sus estrategias climáticas con sus objetivos comerciales.

Esta fragmentación institucional reduce la eficacia de los esfuerzos públicos y privados. Desde el enfoque del financiamiento, encontramos que el acceso a recursos climáticos es escaso y poco difundido. Aunque existen programas internacionales, como los fondos del GCF o las líneas verdes del BID, muchas empresas desconocen su existencia o no cumplen con los requisitos técnicos.

Esta barrera fue señalada por (Álvarez, 2021) como una de las causas principales de la baja adopción de tecnologías limpias en la región andina.

En cuanto al rol de la RSE en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), identificamos que su integración efectiva contribuye no solo al ODS 13 (Acción por el Clima), sino

también al ODS 12 (Producción y consumo responsables) y al ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico).

Estos vínculos permiten visualizar la RSE como un eje transversal en la transformación del comercio exterior ecuatoriano hacia una economía verde. Finalmente, el trabajo permitió concluir que la RSE con enfoque climático puede convertirse en un motor de reconversión productiva para el país. Si se articula con políticas de comercio inteligente, educación empresarial y acceso a financiamiento verde, se podrán reducir las brechas entre grandes y pequeñas empresas, y posicionar al Ecuador como exportador sostenible.

Esta posibilidad, sin embargo, requiere una voluntad política clara, liderazgos empresariales comprometidos y una ciudadanía vigilante. Estos resultados refuerzan la idea de que la transición hacia un comercio exterior responsable no solo es posible, sino necesaria.

Las condiciones están dadas a nivel global, pero su aprovechamiento en Ecuador dependerá de nuestra capacidad como país para fortalecer las capacidades institucionales, crear marcos de gobernanza multisectorial y adoptar la sostenibilidad como pilar de nuestra identidad exportadora.



Capítulo VI

La Responsabilidad social Empresarial como estrategia de Gestión Ética en mercados competitivos



Docente de la Universidad de Guayaquil

Guido Homero Poveda Burgos

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Jefferson Manuel Almeida Torres

Kristhel Odalis Burgos Alejandro

Anthony Javier Guadamud Ramírez

Mirka Annie Vera Vera

6.1 Resumen

La responsabilidad social empresarial (RSE) ha evolucionado en las últimas décadas hasta convertirse en un elemento esencial de la gestión estratégica de las organizaciones. Esta investigación analiza cómo la RSE, más allá de la filantropía, se consolida como una estrategia de gestión ética en mercados altamente competitivos. Se justifica la importancia de la RSE como generadora de valor sostenible, reputación y diferenciación. La metodología empleada es de tipo cualitativo, con revisión de fuentes primarias y secundarias recientes, priorizando artículos indexados en Scopus y JCR. Los resultados muestran que las empresas que integran la RSE en su gestión obtienen ventajas competitivas, mejoran su clima laboral y fortalecen la confianza de los stakeholders. A través de una revisión exhaustiva de literatura académica, estudios de caso y análisis de experiencias reales, se demuestra que la RSE aporta beneficios tangibles e intangibles a las empresas. Entre ellos se destacan la mejora del clima laboral, el fortalecimiento de la reputación corporativa, el acceso a mercados internacionales y la capacidad de innovar en productos y procesos. Además, se subraya el papel de la RSE en la gestión de riesgos y en la construcción de relaciones sólidas con empleados, clientes, proveedores y la comunidad. El estudio también aborda los desafíos actuales, como la necesidad de evitar el greenwashing, la importancia de medir el impacto real de las acciones responsables y la urgencia de adaptarse a nuevas tendencias como la digitalización, la economía circular y la inclusión. Finalmente, se concluye que la RSE, lejos de ser una moda pasajera, es hoy un pilar fundamental para la sostenibilidad y la competitividad de cualquier empresa que aspire a perdurar y prosperar en mercados cada vez más exigentes.

Palabras clave: Responsabilidad social, ética empresarial, sostenibilidad, competitividad

6.2 Introducción

El papel de las empresas en la sociedad ha experimentado una transformación profunda en las últimas décadas.

Más allá de su función tradicional de generar bienes, servicios y empleo, hoy se reconoce a las organizaciones como actores fundamentales en la construcción de un entorno más justo, equitativo y sostenible. Este cambio de paradigma responde no solo a la presión de los consumidores y la comunidad internacional, sino también al convencimiento interno de que el éxito empresarial está intrínsecamente ligado al bienestar colectivo y al respeto por el entorno.

En este contexto, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha ido ganando terreno como un enfoque estratégico que redefine las prioridades y el propósito de las organizaciones.

La RSE implica asumir, de manera consciente y voluntaria, el compromiso de contribuir al desarrollo social y ambiental, integrando estos valores en la toma de decisiones diarias y en la planificación a largo plazo.

Lejos de ser una carga o un simple requisito reputacional, la RSE se presenta como una oportunidad para innovar, diferenciarse y construir relaciones de confianza duraderas con todos los grupos de interés. La evolución de la RSE se refleja en la manera en que las empresas abordan temas tan diversos como la equidad de género, la diversidad, la protección ambiental, la transparencia y la ética en los negocios.

En la actualidad, las organizaciones que lideran el cambio no solo cumplen con las normativas vigentes, sino que van más allá, anticipándose a las expectativas sociales y promoviendo una cultura de responsabilidad que permea todos los niveles de la empresa., este compromiso se traduce en políticas concretas, programas de voluntariado, inversiones en tecnología limpia y acciones colaborativas con gobiernos y organizaciones de la sociedad civil.

Lo consiguiente propone analizar la RSE desde una perspectiva integral, explorando sus fundamentos teóricos, su evolución histórica y su impacto real en la vida de las personas y del planeta.

Para ello, se revisarán casos emblemáticos de empresas que han logrado transformar su modelo de negocio a partir de la responsabilidad social, así como los desafíos y dilemas éticos que enfrentan quienes buscan equilibrar la rentabilidad con el bien común.

Además, se examinarán las tendencias emergentes que están redefiniendo el concepto de RSE, como la digitalización, la economía circular y los Objetivos de Desarrollo Sostenible impulsados por la ONU, se prestará especial atención a la realidad latinoamericana, donde la RSE adquiere matices particulares debido a las desigualdades estructurales, la riqueza cultural y los desafíos medioambientales propios de la región.

En suma, este estudio invita a reflexionar sobre el verdadero significado de la responsabilidad en el mundo empresarial contemporáneo y a considerar la RSE no solo como una herramienta de gestión, sino como una filosofía de vida organizacional capaz de generar valor compartido y contribuir a la construcción de sociedades más resilientes, inclusivas y sostenibles.

En un entorno caracterizado por la globalización, la volatilidad económica, el acceso inmediato a la información y una ciudadanía cada vez más exigente, las empresas ya no son evaluadas únicamente por su rentabilidad económica. Hoy en día, el público y los stakeholders examinan cuidadosamente el comportamiento ético, ambiental y social de las organizaciones.

En este nuevo escenario, la RSE ha emergido como una herramienta estratégica que permite construir confianza, consolidar la reputación corporativa y generar valor compartido para la sociedad y los accionistas.

A medida que las dinámicas del mercado se tornan más competitivas, las empresas enfrentan el desafío de mantener su viabilidad económica sin descuidar su legitimidad social. En esta tensión entre la eficiencia económica y la sensibilidad ética, la RSE se presenta como un puente que permite armonizar ambas dimensiones.

Esta perspectiva está en relación con el enfoque de valor compartido propuesto por Porter y Kramer (2011), quienes sostienen que las compañías pueden mejorar su desempeño económico al atender necesidades sociales no satisfechas, redefinir la productividad en la cadena de valor y facilitar el desarrollo de clústeres locales.

Existen múltiples modelos, enfoques y niveles de compromiso, que van desde el mero cumplimiento normativo o acciones filantrópicas hasta estrategias profundamente integradas en el núcleo del negocio.

Esta diversidad evidencia la necesidad de comprender cómo y por qué las empresas adoptan determinadas prácticas responsables, así como los efectos concretos de dichas prácticas en su sostenibilidad y competitividad.

En América Latina, el avance de la RSE ha sido desigual, condicionado por factores estructurales como la debilidad institucional, las desigualdades sociales, la informalidad laboral y una limitada tradición de gobernanza participativa.

A pesar de estas barreras, han surgido iniciativas empresariales innovadoras que incorporan criterios éticos en sus decisiones estratégicas, promoviendo no solo la rentabilidad, sino también el bienestar de sus trabajadores, la inclusión de comunidades vulnerables y la protección del medio ambiente (Argandoña, 2008; CEPAL, 2020).

Diversos estudios recientes destacan la importancia de integrar la RSE desde un enfoque sistémico y transversal, donde la ética organizacional no se limite a un código de conducta o a acciones periféricas, sino que se traduzca en una cultura institucional arraigada en todos los niveles jerárquicos (Crane, Matten & Spence, 2019).

Esta integración profunda requiere de un liderazgo ético, estructuras internas sólidas y una visión a largo plazo capaz de anticipar riesgos y generar relaciones duraderas con los grupos de interés.

Asimismo, la aparición de nuevas demandas sociales relacionadas con el cambio climático, la igualdad de género, los derechos humanos y la transparencia corporativa está ampliando el alcance de la RSE y desafiando sus marcos tradicionales.

En este sentido, conceptos como sostenibilidad, economía regenerativa y propósito empresarial están reformulando la relación entre las empresas y su entorno, exigiendo una mayor coherencia entre lo que las organizaciones dicen, hacen y comunican (Aguinis & Glavas, 2021).

Se propone analizar la RSE como una estrategia de gestión ética en escenarios de alta competitividad, con el objetivo de identificar sus fundamentos, alcances, limitaciones y potencial transformador.

Para ello, se realizará una revisión crítica de la literatura académica y se examinarán casos concretos que ilustran buenas prácticas empresariales en distintos sectores y regiones.

La intención no es solo describir lo que hacen las empresas responsables, sino comprender sus motivaciones, las barreras que enfrentan y los aprendizajes generados para el futuro del liderazgo ético.

La hipótesis que orienta esta investigación es que la RSE no debe considerarse un lujo opcional ni un costo adicional, sino una inversión estratégica que fortalece la resiliencia organizacional, impulsa la innovación y mejora el desempeño sostenible a largo plazo.

Entender la RSE como parte integral del modelo de negocio no es solo una cuestión ética, sino una condición necesaria para competir y perdurar en el siglo XXI. Además de que no solo se trata de cumplir con estándares externos, sino de cultivar una cultura interna que refleje principios éticos sólidos.

Este compromiso interno es fundamental para que las acciones responsables trasciendan más allá de iniciativas aisladas y se conviertan en parte del ADN organizacional. Según Freeman (1984), la creación de valor compartido exige considerar los intereses de todos los grupos de interés, no solo de los accionistas, lo que implica una gestión estratégica que integre a empleados, clientes, proveedores y comunidades locales en un diálogo permanente.

Asimismo, la transparencia y la rendición de cuentas son pilares esenciales en el desarrollo de una RSE auténtica. Las empresas que adoptan prácticas de comunicación abierta y honesta con sus stakeholders generan confianza y legitimidad, elementos indispensables para construir relaciones sostenibles en el tiempo (Garriga & Melé, 2004). Esta transparencia también permite identificar y gestionar riesgos sociales y ambientales, contribuyendo a una mejor toma de decisiones y a la prevención de conflictos.

La innovación juega un papel destacado en el avance de la RSE como estrategia competitiva. Las organizaciones que invierten en tecnologías limpias, procesos sostenibles y modelos de negocio inclusivos no solo contribuyen a la protección del planeta, sino que también acceden a nuevos mercados y mejoran su eficiencia operativa (Porter & Kramer, 2011).

Esta capacidad de innovar responsablemente es, en última instancia, una fuente de ventaja competitiva en un entorno empresarial cada vez más exigente y regulado. Por último, la formación y sensibilización de los líderes y colaboradores sobre la importancia de la responsabilidad social es un aspecto clave para su implementación exitosa.

Sin un liderazgo comprometido y una cultura organizacional alineada con valores éticos, la RSE puede quedar relegada a un mero discurso corporativo sin impacto real. Por ello, las empresas deben fomentar procesos de capacitación continua que fortalezcan el compromiso y la conciencia social de todos sus integrantes (Crane, Matten & Spence, 2019).

Metodología

La investigación se basa en un enfoque cualitativo-descriptivo, utilizando revisión bibliográfica de fuentes académicas, informes institucionales y estudios de caso. Se seleccionaron artículos indexados en Scopus y JCR, documentos de la ONU, OCDE, ISO y Global Reporting Initiative, así como reportes de sostenibilidad de empresas reconocidas.

El análisis documental permite identificar patrones, buenas prácticas y desafíos en la implementación de la RSE. Además, se incluyen entrevistas y testimonios de líderes empresariales y expertos en sostenibilidad, para aportar una visión más humana y realista del fenómeno.

El estudio se desarrollará bajo un diseño descriptivo y exploratorio. El componente descriptivo permitirá detallar y caracterizar las distintas formas en que las empresas abordan e integran la RSE en sus operaciones y cómo estas prácticas se alinean con sus objetivos estratégicos.

El carácter exploratorio facilitará la identificación de nuevas perspectivas, desafíos emergentes y tendencias innovadoras en la adopción de la RSE como un factor clave para la competitividad, especialmente en mercados donde la ética y los valores empresariales son cada vez más demandados por los consumidores y stakeholders.

6.3 Diseño de investigación

El diseño de investigación consistió en el análisis cualitativo, exploratorio y descriptivo, orientado a analizar el papel de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como una estrategia de gestión ética en contextos de alta competitividad.

El enfoque cualitativo nos permite comprender en profundidad las dinámicas sociales, éticas y organizacionales que se entretienen en torno a la implementación de la RSE, priorizando el análisis de significados, percepciones y experiencias reales más que la cuantificación estadística.

El carácter descriptivo del estudio se basó en buscar y caracterizar las principales prácticas, principios y resultados de la RSE en diferentes sectores y contextos organizacionales, identificando patrones comunes, desafíos persistentes y beneficios tangibles e intangibles, el componente exploratorio nos permitió indagar en nuevas tendencias emergentes, como la digitalización, la economía circular y la inclusión social, que están redefiniendo los marcos tradicionales de la responsabilidad empresarial (Porter & Kramer, 2019; Aguinis & Glavas, 2021).

La metodología empleada combina una revisión documental junto a un análisis de estudios de caso y entrevistas cualitativas a expertos, se seleccionaron fuentes primarias y secundarias de alta calidad, incluyendo artículos académicos indexados en bases como Scopus y JCR, informes de organismos internacionales como la ONU, OCDE, Global Reporting Initiative (GRI) e ISO 26000, así como reportes de sostenibilidad de empresas reconocidas por sus buenas prácticas en RSE (Natura, Bimbo, Banco Galicia, entre otras).

Este diseño metodológico permite dar a conocer la información desde múltiples perspectivas: la evidencia académica, las experiencias

empíricas y la visión de actores clave, de este modo, se fortalece la validez interna de los hallazgos y se enriquece el análisis de las dimensiones éticas, estratégicas y sociales de la RSE.

Además, se aplicó un enfoque interpretativo, útil para desentrañar los sentidos y valores en las prácticas responsables de las empresas, así como las tensiones y dilemas que enfrentan en su implementación cotidiana (Freeman, 1984).

La investigación se desarrolló en tres fases:

Revisión teórica y contextual, que permitió delimitar los conceptos fundamentales y analizar la evolución histórica y normativa de la RSE.

Estudio empírico comparativo, mediante la sistematización de casos reales de empresas líderes en RSE en América Latina y Europa, evaluando su impacto social, ambiental y organizacional.

Síntesis analítica, donde se identificaron los principales aportes de la RSE a la competitividad empresarial, así como los desafíos pendientes y recomendaciones para su integración estratégica.

Este diseño de investigación ha sido concebido para proporcionar una comprensión profunda, crítica y actualizada del rol de la RSE como eje estructurante de una gestión ética, sostenible y resiliente, reafirmando que su implementación no solo mejora la imagen corporativa, sino que aporta valor real y duradero a todos los grupos de interés.

Desarrollo

La RSE ha pasado de ser una acción filantrópica para convertirse en una estrategia de gestión integral, orientada a la creación de valor compartido. Las empresas que adoptan prácticas responsables no solo cumplen con sus obligaciones legales, sino que anticipan riesgos, innovan en productos y procesos, y fortalecen relaciones con sus grupos de interés.

RSE y ventaja competitiva

Diversos estudios recientes (Porter & Kramer, 2019; Aguinis & Glavas, 2021) demuestran que la RSE contribuye a la diferenciación de marca, mejora la reputación corporativa y facilita el acceso a mercados internacionales. En sectores como el financiero, la agroindustria y la tecnología, la RSE se ha convertido en un criterio de selección para inversores y consumidores informados.

La gestión ética, a través de la RSE, permite a las empresas anticipar y gestionar riesgos sociales, ambientales y de gobernanza (ESG), lo que se traduce en una mayor resiliencia ante crisis y cambios regulatorios. Además, la RSE fomenta la innovación, al incentivar el desarrollo de productos sostenibles y procesos eficientes.

Stakeholders y legitimidad social

La teoría de los stakeholders (Freeman, 1984) sostiene que las empresas deben responder a las expectativas de todos los grupos que afectan o son afectados por su actividad. En este sentido, la RSE facilita el diálogo y la colaboración con empleados, clientes, proveedores, comunidades y autoridades, generando legitimidad social y licencia para operar. La implementación de la RSE requiere liderazgo ético, cultura organizacional inclusiva y sistemas de medición de impacto.

Tendencias y desafíos actuales

En los últimos años, la digitalización y la economía circular han impulsado nuevas formas de RSE, como la gestión responsable de datos, la reducción de huella de carbono y la promoción de la diversidad e inclusión. Sin embargo, persisten desafíos como el greenwashing, la falta de estandarización en la medición de impacto y la resistencia al cambio en contextos tradicionales.

En América Latina, la adopción de la RSE enfrenta barreras relacionadas con la corrupción, la informalidad y la debilidad institucional, pero también muestra avances significativos en sectores exportadores y empresas multinacionales.

La RSE como Pilar de la Gestión Ética

La gestión ética, en esencia, se refiere a la aplicación de principios morales y valores en la toma de decisiones y en las operaciones de una empresa.

La RSE proporciona el marco para operacionalizar esta ética, llevando a las empresas más allá del cumplimiento legal y hacia un compromiso proactivo con el bienestar de la sociedad y el medio ambiente. Integrar la RSE significa que las decisiones empresariales no solo consideren la rentabilidad, sino también su impacto social y ambiental.

Esto implica una redefinición del éxito, donde el valor se mide no solo en términos financieros, sino también por la contribución a la sostenibilidad y al desarrollo de las comunidades.

Construyendo Confianza y Reputación

En mercados saturados, la confianza y la reputación son activos intangibles de un valor incalculable. Una empresa que demuestra un compromiso genuino con la RSE construye una imagen de integridad y responsabilidad que resuena positivamente con sus stakeholders.

Los consumidores, cada vez más informados, prefieren apoyar a marcas que actúan de manera ética y que contribuyen a causas sociales o ambientales.

Del mismo modo, los inversores valoran las empresas con sólidos perfiles de RSE, al verlas como menos propensas a riesgos reputacionales o legales, y más sostenibles a largo plazo. Una buena reputación forjada en la ética puede ser una barrera de entrada para nuevos competidores y un factor de retención para clientes y talento.

Atracción y Retención de Talento

En un mercado laboral competitivo, los profesionales, especialmente las nuevas generaciones, buscan más que un salario. Valoran la cultura organizacional, los valores y el propósito de la empresa.

Las organizaciones que implementan activamente la RSE y demuestran un compromiso con la ética atraen a talentos que comparten esos valores. Además, un ambiente de trabajo ético y

socialmente responsable fomenta el orgullo de pertenencia, aumenta la lealtad y reduce la rotación de personal. Los empleados motivados y comprometidos son más productivos y contribuyen significativamente al éxito de la empresa.

Mitigación de Riesgos y Resiliencia Operativa

Una gestión ética proactiva a través de la RSE permite a las empresas identificar y mitigar riesgos antes de que se conviertan en crisis.

Los escándalos éticos, las malas prácticas laborales o los daños ambientales pueden acarrear graves consecuencias legales, financieras y reputacionales. Al operar bajo principios de transparencia y responsabilidad, las empresas reducen la probabilidad de incurrir en estas situaciones.

Además, al fortalecer las relaciones con proveedores y comunidades, las empresas construyen una mayor resiliencia operativa, lo que les permite adaptarse mejor a los cambios del mercado y a los desafíos inesperados.

Innovación y liderazgo ético como pilares estratégicos de la Responsabilidad Social Empresarial

La innovación sostenible se ha convertido en un componente esencial para que las empresas no solo respondan a las demandas sociales y ambientales, sino que también generen ventajas competitivas en mercados altamente dinámicos.

La adopción de tecnologías limpias, procesos eficientes y modelos de negocio circulares refleja un compromiso que trasciende la mera conformidad regulatoria, posicionando a la RSE como un motor para la transformación empresarial.

Esta orientación hacia la innovación permite a las organizaciones anticiparse a tendencias y crear productos y servicios que aportan valor no solo económico, sino también social y ambiental.

El liderazgo ético, por su parte, es indispensable para que la RSE se traduzca en acciones concretas y efectivas dentro de las organizaciones. Líderes con visión responsable promueven una cultura corporativa basada en la transparencia, la inclusión y el respeto

hacia todos los grupos de interés, desde los empleados hasta las comunidades locales.

Este liderazgo impulsa la integración de la responsabilidad social en la estrategia y operaciones diarias, asegurando que las iniciativas de RSE no queden relegadas a esfuerzos aislados o superficiales, sino que se conviertan en parte del ADN organizacional.

De igual forma, el liderazgo ético y la innovación están estrechamente vinculados, ya que la generación de nuevas soluciones a los desafíos sociales y ambientales requiere de una visión que combine creatividad, compromiso y valores sólidos.

En este sentido, las empresas que logran consolidar esta sinergia están mejor preparadas para enfrentar la complejidad del entorno actual, adaptarse a cambios regulatorios, y responder con agilidad a las expectativas crecientes de consumidores y sociedad en general. Así, la RSE se reafirma como una estrategia integral que aporta valor compartido y contribuye a la sostenibilidad global.

6.4 Resultados

Al analizar en profundidad la literatura especializada, los informes internacionales y los casos prácticos de empresas de distintas regiones, se desprenden una serie de hallazgos que permiten comprender con mayor claridad el verdadero alcance de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el tejido empresarial contemporáneo.

Uno de los resultados más notables es la transformación del propósito empresarial. Las organizaciones que han abrazado la RSE de manera genuina han redefinido sus objetivos, pasando de una visión centrada exclusivamente en la rentabilidad a otra que busca equilibrar el éxito económico con el bienestar social y ambiental.

Este cambio de mentalidad se refleja en la manera en que las empresas formulan sus planes estratégicos, establecen sus prioridades y evalúan su desempeño. Durante la investigación, se observó que la integración de la RSE ha impulsado un proceso de autocrítica y revisión interna en muchas compañías.

Las empresas líderes han revisado sus cadenas de valor, identificando puntos críticos donde podían mejorar sus prácticas, desde la selección de proveedores hasta la gestión de residuos y el trato a sus colaboradores. Este ejercicio ha favorecido la transparencia y la rendición de cuentas, dos valores cada vez más apreciados por la sociedad y los mercados.

En el plano social, los resultados muestran que la RSE ha servido como catalizador para el desarrollo de comunidades. Empresas que invierten en programas educativos, de salud o de infraestructura local, no solo mejoran su imagen, sino que contribuyen activamente a la mejora de la calidad de vida de su entorno.

En muchos casos, estas iniciativas han sido diseñadas en colaboración con organizaciones no gubernamentales, autoridades locales y representantes de la comunidad, lo que ha fortalecido el sentido de pertenencia y la cohesión social.

En el ámbito ambiental, la adopción de prácticas responsables ha llevado a una reducción significativa de los impactos negativos sobre el entorno. Muchas compañías han implementado políticas de eficiencia energética, reducción de emisiones, reciclaje y uso responsable de recursos naturales.

Los resultados obtenidos en este campo no solo responden a una demanda ética, sino que también se traducen en ahorros económicos y en el cumplimiento de normativas cada vez más exigentes.

El análisis de casos internacionales y locales permitió identificar que la RSE es también un motor de innovación.

Las empresas que han apostado por la sostenibilidad han desarrollado productos y servicios más responsables, adaptados a las nuevas necesidades de los consumidores.

Por ejemplo, en la industria alimentaria, se han incrementado las líneas de productos orgánicos y con empaques biodegradables; en el sector tecnológico, se han creado soluciones para reducir el consumo energético y la obsolescencia programada.

Otro resultado relevante es el fortalecimiento del diálogo y la participación de los grupos de interés. Las empresas han abierto canales de comunicación más fluidos con empleados, clientes, proveedores y comunidades, lo que ha permitido anticipar conflictos, comprender expectativas y construir relaciones de confianza a largo plazo.

Esta apertura ha sido clave para la gestión de crisis y la adaptación a cambios repentinos en el entorno, como se evidenció durante la pandemia de COVID-19.

En cuanto al contexto latinoamericano, los hallazgos revelan que, si bien existen desafíos estructurales como la informalidad y la falta de recursos, también hay ejemplos inspiradores de pequeñas y medianas empresas que han logrado implementar prácticas de RSE con gran impacto social y ambiental.

Estas experiencias demuestran que la responsabilidad no es exclusiva de las grandes corporaciones, sino que puede adaptarse a diferentes escalas y realidades.

Finalmente, la investigación destaca la creciente importancia de la medición y el reporte del impacto de la RSE. Cada vez más empresas utilizan indicadores claros y estándares internacionales para evaluar el alcance de sus acciones y comunicar sus resultados de manera transparente.

Esto no solo fortalece la confianza de los stakeholders, sino que también permite identificar áreas de mejora y oportunidades para innovar.

En suma, los resultados de este estudio confirman que la RSE, cuando se asume como un compromiso real y se integra en la gestión cotidiana, transforma positivamente la cultura organizacional, impulsa la innovación, mejora la relación con la sociedad y contribuye a la construcción de un futuro más justo y sostenible para todos.

6.5 ANEXOS

Anexo 1. Gráfico de evolución de la RSE en América Latina (2000-2025).

El gráfico de líneas muestra el porcentaje de empresas que implementan políticas de RSE en América Latina desde el año 2000 hasta 2025. Se observa un crecimiento sostenido, con un salto importante a partir de 2015, coincidiendo con la adopción de los ODS.

Año	% Empresas con RSE
2000	12%
2005	18%
Año	% Empresas con RSE
2010	27%
2015	41%
2020	62%

2025	75% (estimado)
-------------	----------------

Conclusión.

Al mirar en retrospectiva todo el recorrido de este trabajo, resulta evidente que la Responsabilidad Social Empresarial no es una simple tendencia pasajera ni una estrategia de relaciones públicas.

Es, más bien, el reflejo de un cambio profundo en la manera en que las empresas entienden su papel en la sociedad. Hoy, la RSE implica una toma de conciencia sobre el impacto que cada decisión corporativa tiene en las personas, el entorno y el futuro común.

La experiencia de los últimos años ha demostrado que las empresas que realmente se comprometen con la RSE experimentan una transformación interna que va mucho más allá de los resultados financieros. Se observa, por ejemplo, cómo la cultura organizacional se fortalece cuando los valores éticos dejan de ser palabras en un mural y se convierten en acciones cotidianas.

Los empleados se sienten parte de un propósito mayor, lo que se traduce en mayor motivación, sentido de pertenencia y, en consecuencia, mejores niveles de productividad y creatividad.

Desde la óptica social, la RSE ha permitido tender puentes entre la empresa y la comunidad. Ya no se trata solo de donar recursos, sino de involucrarse activamente en la solución de problemas sociales y ambientales.

Cada vez más, vemos empresas que colaboran con ONGs, gobiernos y universidades para impulsar proyectos de educación, salud, inclusión y protección ambiental. Esta colaboración genera un círculo virtuoso donde todos los actores se benefician y la sociedad en su conjunto avanza hacia un desarrollo más equitativo y sostenible.

En el ámbito económico, la RSE ha demostrado ser una inversión inteligente. Las organizaciones que priorizan la sostenibilidad y el

bienestar de sus grupos de interés suelen ser más resilientes ante crisis, más atractivas para los inversores y más competitivas en mercados internacionales. El acceso a financiamiento responsable, la preferencia de consumidores informados y la posibilidad de obtener certificaciones internacionales son solo algunos de los beneficios tangibles que la RSE aporta a las empresas que la adoptan de manera genuina.

Sin embargo, este camino no está exento de desafíos. La presión por mostrar resultados rápidos puede llevar a algunas empresas a caer en el “greenwashing”, es decir, aparentar responsabilidad sin acciones reales.

Por eso, la transparencia y la rendición de cuentas se vuelven fundamentales. Comunicar tanto los logros como los desafíos, medir el impacto real de las acciones y estar abiertos a la crítica y la mejora continua son prácticas que diferencian a las empresas verdaderamente responsables.

Otro aspecto relevante es la necesidad de adaptar la RSE a los contextos locales. No existe una única receta válida para todas las empresas o regiones.

Cada organización debe identificar los temas materiales para su entorno y su sector, dialogar con sus grupos de interés y diseñar estrategias que respondan a las necesidades y expectativas reales de la comunidad.

En América Latina, por ejemplo, la RSE cobra un sentido especial al abordar problemáticas como la desigualdad, la informalidad laboral y la protección de la biodiversidad.

El futuro de la RSE está íntimamente ligado a la innovación y la capacidad de anticipar tendencias.

La digitalización, la economía circular, la transición energética y la inteligencia artificial abren nuevas oportunidades y desafíos para la gestión responsable.

Las empresas que logren incorporar estas tendencias de manera ética y sostenible estarán mejor posicionadas para liderar el cambio hacia una economía más humana y respetuosa del planeta.

Por último, es importante recordar que la RSE no es una meta, sino un proceso en constante evolución.

Requiere humildad para reconocer errores, valentía para tomar decisiones difíciles y generosidad para compartir aprendizajes. Las empresas que entienden esto no solo cumplen con una obligación moral, sino que se convierten en agentes de transformación social, capaces de inspirar a otras organizaciones y contribuir a la construcción de un mundo más justo.

En síntesis, la Responsabilidad Social Empresarial es, hoy más que nunca, una invitación a repensar el sentido del éxito empresarial.

No se trata solo de crecer económicamente, sino de hacerlo de manera consciente, ética y solidaria. Las empresas que asumen este desafío con convicción y coherencia no solo aseguran su permanencia en el tiempo, sino que dejan una huella positiva en la sociedad y en el planeta que compartimos



Capítulo VII

Comercio responsable y ética corporativa: Un nuevo paradigma administrativo



Docente de la Universidad de Guayaquil

Bárbara de Lourdes Sambonino García

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Jordy Manuel Naranjo Chávez

Ariel Alejandro Marín Palma

Jandry Ismael Intriago Vargas

Kristel Micel Villafuerte Quintero

7.1 Resumen

En este capítulo analiza el papel del comercio responsable y la ética corporativa como ejes fundamentales del nuevo paradigma administrativo en las organizaciones modernas. Se parte de la creciente demanda social y regulatoria por una gestión empresarial sostenible, justa y transparente. La investigación se desarrolló mediante un enfoque cualitativo, sustentado en una revisión exhaustiva de literatura indexada en bases como Scopus y Journal Citation Reports, y complementada con el análisis de casos relevantes. Se observó una creciente integración de los criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) como parte de la estrategia empresarial. Los resultados revelan que las organizaciones que adoptan estas prácticas logran una mejor reputación, mayor fidelización de clientes, atracción de talento y acceso a financiamiento sostenible. Se concluye que incorporar la ética y la responsabilidad en la cultura organizacional contribuye directamente a la sostenibilidad y competitividad a largo plazo.

Palabras clave: Responsabilidad social corporativa, ética empresarial, sostenibilidad, gobernanza corporativa, criterios ESG.

7.2 Introducción

Durante el siglo XXI, el entorno empresarial global ha sido transformado por factores como la globalización, la digitalización, el cambio climático y una creciente conciencia social. Estos cambios han generado la necesidad de replantear los modelos tradicionales de gestión, impulsando el surgimiento de nuevas formas de organización centradas en principios de equidad, transparencia y sostenibilidad. En este contexto, el comercio responsable, también conocido como "comercio justo", se posiciona como un modelo alternativo que promueve condiciones laborales dignas, transparencia en la cadena de suministro y equidad en las relaciones comerciales.

El comercio justo ha sido impulsado tanto por organizaciones no gubernamentales como por entidades intergubernamentales que buscan corregir las desigualdades estructurales del comercio global.

Las prácticas tradicionales de comercio han sido criticadas por reproducir esquemas inequitativos, en los que los países en vías de desarrollo asumen condiciones desventajosas. En contraste, el comercio responsable promueve una economía inclusiva que garantiza derechos fundamentales en todos los eslabones de la cadena productiva. Este enfoque también se relaciona estrechamente con la ética empresarial, entendida como el conjunto de principios morales que orientan la conducta de las organizaciones.

Desde el plano filosófico y organizacional, la administración moderna ha empezado a adoptar modelos de pensamiento más integrales. Corrientes como la ética del deber de Immanuel Kant, que sostiene que las acciones deben responder a normas morales universales, y el utilitarismo de John Stuart Mill, centrado en generar el mayor bien para el mayor número de personas, ofrecen marcos teóricos para evaluar el comportamiento empresarial. En el ámbito corporativo, el concepto de valor compartido, propuesto por Michael Porter y Mark Kramer, plantea que la generación de valor económico debe ir acompañada de la generación de valor social, alineando la rentabilidad con la solución de problemas sociales.

Este trabajo busca analizar la evolución del paradigma administrativo desde una óptica ética y social, integrando nociones como la responsabilidad social corporativa (RSC), los criterios ESG y el papel de la regulación y la presión social en la toma de decisiones empresariales. Además, se reflexiona sobre el rol que desempeñan las expectativas de los grupos de interés (stakeholders) en la configuración de la estrategia empresarial. Las empresas hoy no solo deben responder a sus accionistas, sino también a empleados, clientes, comunidades locales y el entorno natural. Esta multiplicidad de intereses redefine la legitimidad empresarial y exige una mayor rendición de cuentas.

En ese sentido, también se explorará la manera en que las organizaciones pueden institucionalizar una cultura organizacional basada en la ética, mediante políticas internas, programas de formación, códigos de conducta y liderazgos coherentes con los principios declarados. Esta introducción, por lo tanto, pretende situar al lector en el contexto teórico y práctico de una administración comprometida con el desarrollo sostenible, y motivar una discusión

crítica sobre los beneficios tangibles e intangibles de adoptar una gestión alineada al comercio justo y a la ética corporativa en un entorno de constante transformación.

7.3 Metodología

Esta investigación adopta una perspectiva cualitativa, centrada en la revisión de literatura como la herramienta fundamental para obtener datos. Se examinaron documentos académicos, reportes de organizaciones y análisis de ejemplos prácticos difundidos en los últimos cinco años, dando preferencia a recursos registrados en Scopus y Journal Citation Reports. Dicha metodología facilita la comprensión de las tendencias contemporáneas y las prácticas más efectivas en la aplicación de tácticas éticas y responsables dentro del sector empresarial.

7.4 Desarrollo

1. Evolución de la Ética Empresarial y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

El concepto de ética corporativa ha sufrido una transformación en las décadas intermedias, cambiando de un enfoque puramente centrado en el crecimiento económico a un enfoque más holístico que considera las decisiones corporativas de implicaciones sociales y ambientales. Inicialmente, las empresas operaban bajo la creencia de que su rol primario, y en algunos casos, el único, era generar valor para sus accionistas.

Este modelo, que economistas como Milton Friedman, argumentó que la intervención en temas sociales o ambientales desvió fondos de la función principal de la Compañía: las ganancias. Sin embargo, este modelo comenzó a ser cuestionado a medida que la sociedad se hizo más consciente de las externalidades negativas del desarrollo de la empresa, como la contaminación, la explotación laboral y la injusticia socioeconómica.

La aparición de movimientos cívicos, la globalización y el desarrollo de la electrónica conducen a un escrutinio público sin precedentes de las prácticas de la empresa.

El concepto de responsabilidad social corporativa (CSR) se introdujo en este entorno El RSC, en lugar de ser una moda de pasajeros, se consolidó como resultado de la contribución voluntaria y proactiva de las empresas al crecimiento sostenible Esto requiere la integración de problemas sociales y ambientales en sus actividades diarias y al tratar con sus diversos interesados (empleados, proveedores, comunidades, inversores, etc) No se limita a seguir las reglas; Se trata de ir más allá, adoptar principios de transparencia, equidad y responsabilidad

La evolución CSRS se puede caracterizar en varias fases Al principio, predominaban las campañas filantrópicas o caritativas, donde las empresas contribuyeron con causas sociales sin tener un vínculo estratégico claro con el modelo de su empresa Se adoptó un enfoque más transaccional, donde la RSE fue vista como una herramienta para monitorear la marca o mitigar los riesgos específicos Sin embargo, la madurez del modelo ha resultado en una fase de integración estratégica, donde la RSE se convierte en una parte integral de la misión, visión y valores de la Compañía, apoyando la creatividad y generando valor tanto para la empresa como para la sociedad.

El desarrollo del valor compartido es crucial para la estabilidad a largo plazo, de acuerdo con este cambio en la mentalidad

Si una empresa que ignora sus impactos sociales y ambientales corre el riesgo de perder la licencia social para operar, enfrentar los boicots de los consumidores, las multas de aplicación y las dificultades para reclutar y mantener a los empleados La ética empresarial y la RSE, por ejemplo, han dejado de existir como simples apéndices y han migrado para convertirse en el centro de un gobierno corporativo efectivo. (MUNDIM, 2007)

2. Integración de los Criterios ESG en la Estrategia Empresarial

Hoy en día, la forma de medir el progreso hacia la sostenibilidad se ha vuelto más avanzada, dando gran importancia a los factores ESG (Medio Ambiente, Sociedad y Gobierno Corporativo). Estos factores han superado la Responsabilidad Social Corporativa usual y se han transformado en indicadores esenciales y medibles para valorar el rendimiento sostenible de las compañías, siendo cruciales para

inversores, entes reguladores y demás interesados. Incluir estos criterios en el plan de negocios ya no es algo opcional, sino algo fundamental en el escenario económico actual.

En lo Medioambiental (E): Hablan de cómo la empresa influye en el planeta y de cómo maneja los riesgos y las oportunidades que surgen de ello. Esto incluye bajar las emisiones de gases contaminantes, usar la energía de manera eficiente, manejar los residuos, usar el agua de forma responsable, evitar la contaminación y proteger la vida natural. Las empresas que se comprometen de verdad con el factor "E" no solo ayudan a combatir el cambio climático y el daño ambiental, sino que también pueden gastar menos dinero en funcionamiento (al usar la energía de manera más eficiente), crear productos y servicios más ecológicos y adaptarse mejor a las futuras leyes ambientales. El cambio hacia una economía circular y el desarrollo de energías limpias son ejemplos claros de cómo cuidar el medio ambiente puede crear nuevas oportunidades para hacer negocios.

En lo Social: Se enfocan en cómo una empresa lleva su relación con los empleados, los proveedores, los clientes y las comunidades donde trabaja. Esto abarca la seguridad y la salud en el trabajo, las condiciones laborales equitativas, la diversidad y la inclusión, el desarrollo del talento humano, el respeto por los derechos humanos en toda la línea de producción, la privacidad de los datos de los clientes y el impacto en la gente local.

Un buen desempeño social puede animar y mejorar la productividad de los empleados, hacer que menos personal se vaya, fortalecer la fidelidad del cliente y evitar problemas con las comunidades. Invertir en programas de bienestar para los empleados, promover la igualdad de oportunidades y fomentar relaciones claras con los proveedores son acciones que refuerzan el factor "S".

La forma en que una compañía se administra y se supervisa, junto con la valía de sus líderes, conforman los Aspectos de Gobernanza. Esto abarca la composición del consejo directivo —su independencia y variedad—, cómo se les paga a los altos cargos, los derechos que tienen los dueños de la empresa, la claridad y la responsabilidad en la gestión, cómo se manejan los peligros y la moral empresarial.

Una buena administración empresarial es clave para que los intereses de todos los involucrados se tengan en cuenta y para que la empresa trabaje de forma correcta y dentro de la ley. Una gestión firme baja la probabilidad de engaños, problemas y juicios, lo que a la vez llama a personas que invierten y aprecian la estabilidad y la confianza. Poner en marcha normas de comportamiento estrictas, políticas contra la corrupción y formas claras de denuncia son ejemplos de buenas prácticas de gestión.

Meter estos criterios en la forma de actuar de la empresa significa cambiar el enfoque de las decisiones, donde los temas ESG no son solo algo secundario, sino lo más importante. Esto lleva a manejar mejor los riesgos, ya que buscar y reducir los peligros ambientales, sociales y de gestión se hace de manera más activa. Además, ayuda a conseguir dinero de forma sostenible, ya que muchos inversores y fondos de inversión prefieren las empresas con buenas notas en ESG. Y lo más importante, mejora la imagen de la empresa, lo que la hace diferente en un mercado cada vez más competitivo y consciente. Las empresas que cumplen bien con los criterios ESG se ven como más seguras y responsables, lo que puede hacer que los clientes las prefieran y que sea más fácil atraer y mantener buenos empleados. Lo importante aquí es saber qué temas ESG son más relevantes para el sector y el trabajo de cada empresa, lo cual es clave para una buena estrategia. (Pérez & Bedoya, 2005)

3. Desafíos y Oportunidades en la Implementación de Prácticas Responsables

Aunque adoptar conductas éticas y responsables es crucial, conlleva dificultades. Las compañías que lo intentan se topan con retos importantes, pero también ven surgir oportunidades valiosas que cambian su lugar en el sector y su futuro.

Un reto clave es el "lavado de imagen verde", donde las firmas mienten o exageran sobre su sostenibilidad o impacto ecológico.

Esto daña su imagen y crea dudas en clientes e inversores, frenando el reconocimiento de acciones reales. La falta de reglas fijas y formas claras de medir el impacto social y ambiental empeora esto, haciendo difícil comparar y probar lo que dicen. La falta de leyes mundiales y

el exceso de sellos y títulos diferentes confunden y complican a las empresas que buscan mostrar su compromiso.

Otro desafío vital es lograr que la empresa entera comparta los valores de sostenibilidad y ética. No basta con tener normas; es clave que estos valores lleguen a todos, desde los jefes hasta los empleados. Esto requiere formación, incentivos justos y líderes que actúen según lo que dicen.

El rechazo al cambio, las costumbres y la idea de que ser responsable es un gasto, no una inversión, frenan la aplicación real. Manejar la cadena de suministro global también es difícil, ya que asegurar que los proveedores en otros países cumplan con las normas éticas es muy complicado.

Pero, pese a estos problemas, ser ético y responsable abre puertas que dan ventajas en la competencia. Una clave es destacar en el mercado. En un mundo lleno de productos y servicios parecidos, las empresas con buen historial social y ético pueden resaltar, atrayendo a clientes que prefieren apoyar marcas con valores similares a los suyos. Esto hace que los clientes sean más leales, ya que confían y respetan la marca, no solo por el precio o la calidad.

Aparte de todo, si actúas de manera responsable, atraerás a gente con talento y con ganas de aportar. Los jóvenes de hoy, sobre todo, quieren trabajar en sitios que paguen bien, sí, pero también que tengan una buena razón de ser y que ayuden a mejorar el mundo. Para estos profesionales, las empresas que son éticas y se preocupan por los demás son mucho más interesantes. Esto significa que pueden encontrar y quedarse con los mejores trabajadores más fácilmente, ahorrando dinero en contrataciones y haciendo que todo funcione mejor.

Para terminar, apostar por la sostenibilidad puede darte ideas muy buenas. Intentar encontrar maneras de hacer las cosas mejor, contaminar menos o ser más justos puede llevarte a crear productos, servicios o formas de trabajar completamente nuevas, lo que te permitirá llegar a mercados que nadie ha explorado y ganar más dinero. Desde diseñar pensando en el medio ambiente hasta reutilizarlo todo, la sostenibilidad puede ser una fuente de creatividad

y cambios positivos. Adelantarse a las leyes que vendrán también puede ser útil, permitiendo a las empresas prepararse con tiempo en lugar de tener que improvisar. (MME, 2024)

4. El Papel de la Regulación y las Expectativas Sociales

Para comprender la evolución de la ética empresarial y la RSC, es crucial observar la interacción constante entre las crecientes exigencias regulatorias y las expectativas de la sociedad.

Ambos elementos actúan como catalizadores significativos, impulsando a las compañías a ir más allá del simple cumplimiento legal e integrar la sostenibilidad y la ética en el centro de su modelo de negocio.

La creciente presión regulatoria refleja directamente la preocupación de los gobiernos y organizaciones globales por retos como el cambio climático, la escasez de recursos, la desigualdad social y las vulneraciones de los derechos humanos. Diversos países y bloques económicos están implementando leyes más rigurosas sobre sostenibilidad.

Un claro ejemplo son las regulaciones sobre información no financiera, que obligan a las empresas a revelar datos sobre su desempeño ambiental, social y de gobernanza, más allá de los tradicionales indicadores financieros. Directivas como la Directiva de Informes de Sostenibilidad Corporativa (CSRD) de la Unión Europea, o leyes de debida diligencia en la cadena de suministro, fuerzan a las empresas a ser más transparentes y rendir cuentas sobre su impacto.

Estas reglas no solo buscan evitar perjuicios, sino también dirigir la inversión hacia empresas más sostenibles e impulsar una competencia justa. Las empresas que no cumplan estas normas enfrentan sanciones, multas y un daño importante a su reputación.

A la par de la regulación, las expectativas sociales han cambiado radicalmente. Los consumidores, los empleados y las comunidades ya no ven a las empresas solo como proveedores de bienes y servicios o fuentes de empleo. Ahora, esperan que las corporaciones actúen como ciudadanos corporativos responsables, contribuyendo al bienestar social y ambiental. Este cambio en la percepción se ha acentuado por

el acceso a la información a través de las redes sociales y los medios digitales, lo que permite a los grupos de interés examinar de cerca las prácticas empresariales.

Las campañas de consumidores, los boicots, las protestas y la presión de organizaciones no gubernamentales (ONG) pueden ejercer una influencia considerable en la reputación y la rentabilidad de una empresa. La demanda de información no financiera por parte de los inversores es otro aspecto crítico. Los inversores institucionales, los fondos de pensiones y los fondos de inversión socialmente responsables (ISR) están incorporando cada vez más los criterios ESG en sus decisiones de inversión. Perciben que las empresas con un sólido desempeño ESG son menos riesgosas a largo plazo y tienen un mayor potencial de generar valor sostenible.

Esto ha llevado a una profesionalización de la divulgación ESG, con el desarrollo de marcos de reporte como el Global Reporting Initiative (GRI) o el Sustainability Accounting Standards Board (SASB).

Ante esta situación, las compañías se han sentido inclinadas a reforzar sus estrategias de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y a incorporar la ética de forma más integral en su esquema empresarial. Esto requiere ir más allá de simplemente reaccionar para cumplir las leyes, y más bien prever las exigencias sociales y normativas que están por venir. La formación de comités de sostenibilidad en los consejos de administración, el nombramiento de responsables de sostenibilidad, la inclusión de metas ESG en la compensación de los altos cargos y el desarrollo de planes de ética son ejemplos de cómo las empresas están tomando cartas en el asunto. Así pues, la ética y la responsabilidad social no son solo complementos del negocio, sino elementos clave para la fortaleza y la capacidad de competir de las empresas en un planeta cada vez más conectado y atento. Hacer caso omiso de estas presiones externas y expectativas internas es un camino seguro hacia el fracaso futuro. (Reyno, 2007)

7.5 Resultados

Se ha comprobado, tanto en la teoría como en la práctica, que las compañías que priorizan la ética y la responsabilidad suelen ver una notable mejora en sus resultados. Esto les proporciona una posición

más ventajosa frente a la competencia y una mayor capacidad para superar obstáculos.

Entre las principales ventajas, destacan:

- ✓ Una reputación más sólida y mayor credibilidad ante todos los interesados: Cuando una empresa actúa de acuerdo con sus principios, crea una imagen positiva que refuerza la confianza de clientes, trabajadores, inversores y autoridades. Una buena imagen es un valor incalculable.
- ✓ Clientes más fieles y la posibilidad de llegar a nuevos públicos: Los consumidores de hoy en día aprecian el compromiso con la ética y la sostenibilidad. Esto no solo fideliza a los clientes existentes, sino que también atrae a aquellos que buscan empresas con valores, lo que distingue a la marca.
- ✓ Menos problemas legales y operativos: Implementar prácticas éticas disminuye el riesgo de sanciones o juicios. Una gestión responsable reduce la posibilidad de incidentes, lo que ayuda a mantener la estabilidad del negocio.
- ✓ Más oportunidades de financiación e inversión sostenible: El mundo de las finanzas presta cada vez más atención al desempeño ESG. Las empresas que cumplen con estos criterios resultan más atractivas para inversores y entidades financieras, lo que facilita el acceso a capital en buenas condiciones.
- ✓ Un aporte a los ODS y al bienestar de la sociedad: Las empresas responsables se convierten en impulsoras de un cambio positivo, contribuyendo a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y a mejorar la calidad de vida de la sociedad mediante acciones que generan un impacto real.

7.6 Conclusiones

Los resultados obtenidos permiten concluir que la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa no solo constituyen una

respuesta a la presión social y normativa, sino también una estrategia eficaz para alcanzar ventajas competitivas sostenibles. Las empresas que adoptan prácticas responsables registran una mejor reputación, mayor fidelidad de los clientes y empleados, menos conflictos legales y un acceso más favorable a fuentes de financiamiento. Además, se posicionan como agentes de cambio que contribuyen al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

De este modo, se reafirma que el nuevo paradigma administrativo debe estar fundamentado en modelos organizacionales que integren los criterios ESG, fomenten una cultura ética transversal y respondan activamente a las expectativas de la sociedad. Apostar por una gestión alineada al comercio justo no es solo una opción moralmente deseable, sino una condición indispensable para la sostenibilidad económica, social y ambiental en el largo plazo.



Capítulo VIII

El comercio como herramienta de Responsabilidad Social Empresarial en mercados globalizados



Docente de la Universidad de Guayaquil

Guido Homero Poveda Burgos

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Karen Denisse Chávez Domínguez

Andrés Valentín Reiban Panta

Adriana Aleyda García Carvache

Krystel Zoett Granoble Castro

8.1 Resumen

En la era de la globalización, Esta investigación profundiza en el papel estratégico del comercio como motor fundamental para la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el dinámico panorama de los mercados globalizados. La creciente presión social y ambiental sobre las corporaciones modernas justifica la relevancia de este estudio. Nuestra metodología se centra en analizar cómo la efectiva integración de los principios de la RSE dentro de las estrategias comerciales no solo genera un significativo valor compartido, sino que también optimiza la reputación corporativa y fortalece sustancialmente las relaciones con todos los grupos de interés clave. Los principales resultados obtenidos demuestran que un comercio verdaderamente responsable no solo asegura el estricto cumplimiento de los estándares internacionales éticos, sino que además impulsa activamente el desarrollo económico local sostenible, promueve el respeto irrestricto de los derechos humanos y contribuye significativamente a la protección del medio ambiente. Se establece que el comercio responsable es una herramienta indispensable para alcanzar un equilibrio armonioso entre la necesaria rentabilidad económica y el ineludible compromiso social en un entorno global cada vez más demandante y consciente.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, comercio global, sostenibilidad, ética, reputación.

8.2 Introducción

En la era de la globalización, el comercio ha trascendido su función tradicional de mero intercambio de bienes y servicios para convertirse en un medio estratégico fundamental para la aplicación efectiva de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Las empresas que operan en mercados globales se encuentran hoy bajo un escrutinio sin precedentes, enfrentando crecientes expectativas sociales y ambientales por parte de una amplia gama de grupos de interés, lo que las impulsa a adoptar prácticas más éticas, transparentes y sostenibles. Esta evolución no es una simple tendencia, sino una

necesidad imperante para la viabilidad y el éxito a largo plazo en un entorno económico cada vez más interconectado y consciente.

La integración de la RSE en las estrategias comerciales no es un acto altruista aislado, sino una inversión inteligente que permite a las empresas generar valor compartido. Esto significa crear valor tanto para la empresa como para la sociedad, trascendiendo la mera maximización de beneficios económicos.

Al adoptar prácticas responsables, las organizaciones pueden mejorar significativamente su reputación corporativa, construir una marca sólida basada en la confianza y la credibilidad, y fortalecer las relaciones con sus distintos grupos de interés, incluyendo clientes, empleados, proveedores, comunidades locales e inversores. Este enfoque holístico promueve no solo el cumplimiento de estándares internacionales rigurosos, sino también impulsa activamente el desarrollo económico local sostenible, el respeto inquebrantable por los derechos humanos en toda la cadena de suministro y la protección robusta del medio ambiente. De este modo, el comercio responsable se consolida como una herramienta clave para alcanzar un equilibrio dinámico y productivo entre la necesaria rentabilidad y el compromiso social indispensable en un entorno global cada vez más exigente y complejo.

El Entorno Globalizado y la Demanda de RSE

En un entorno económico global cada vez más interconectado, las empresas han ampliado su campo de acción más allá de las fronteras nacionales, adoptando nuevas y significativas responsabilidades frente a sus grupos de interés internacionales.

Este fenómeno ha dado lugar a una creciente demanda por parte de consumidores, inversores y organismos internacionales para que las organizaciones adopten comportamientos éticos, sostenibles y transparentes en todas sus operaciones a nivel mundial. La información fluye libremente y los escándalos por prácticas irresponsables pueden difundirse rápidamente, afectando la imagen y el valor de una empresa en cuestión de horas. Los consumidores, especialmente las nuevas generaciones, están más informados y son más críticos, eligiendo marcas que demuestren un compromiso

genuino con causas sociales y ambientales. Los inversores, por su parte, están integrando cada vez más criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en sus decisiones de inversión, reconociendo que las empresas con un buen desempeño en RSE son más resilientes y ofrecen un mejor rendimiento a largo plazo.

La globalización, si bien ha abierto innumerables oportunidades al permitir que las empresas accedan a recursos, mano de obra y mercados en diferentes regiones del mundo, también ha expuesto de manera cruda las profundas desigualdades existentes entre países desarrollados y en vías de desarrollo.

La búsqueda de ventajas competitivas a menudo ha llevado a la explotación de mano de obra barata, la degradación ambiental y la violación de derechos humanos en regiones con marcos legales y regulatorios débiles.

Frente a este escenario, surge la impostergable necesidad de promover un comercio más justo y equitativo, donde las prácticas empresariales no se limiten al mero cumplimiento legal, sino que incluyan de manera activa el respeto por los derechos laborales, los derechos humanos fundamentales y la protección del medio ambiente. Esto implica que las empresas deben ser conscientes de su impacto en cada eslabón de su cadena de valor global, desde la extracción de materias primas hasta la disposición final del producto.

La RSE en la Cadena de Valor Global y los Marcos de Referencia

La RSE en mercados globalizados exige una gestión ética y responsable a lo largo de toda la cadena de valor. Esto implica garantizar condiciones de trabajo dignas, salarios justos, seguridad laboral y el respeto a la libertad de asociación en todas las fábricas y centros de producción, independientemente de su ubicación geográfica.

Asimismo, requiere la implementación de prácticas sostenibles en el uso de recursos naturales, la gestión de residuos y la reducción de emisiones contaminantes. La transparencia en las operaciones y la rendición de cuentas son igualmente cruciales para construir confianza y credibilidad con todos los *stakeholders*. Las empresas deben ser

capaces de trazar el origen de sus productos y demostrar que han sido fabricados de manera ética y sostenible.

Diversos marcos internacionales han impulsado la integración de estos principios. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas, una iniciativa de política estratégica para las empresas comprometidas con alinear sus operaciones y estrategias con diez principios universalmente aceptados en las áreas de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y anticorrupción, ha sido fundamental.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), adoptados por todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas, proporcionan un plan integral para lograr la paz y la prosperidad para las personas y el planeta, ahora y en el futuro, y las empresas tienen un papel vital en su consecución a través de sus actividades comerciales.

8.3 Metodología

El carácter exploratorio de la investigación se debe a que, si bien existe una vasta literatura sobre RSE y globalización, la articulación específica de cómo el comercio actúa como una herramienta estratégica para la RSE en un contexto de mercados globales en constante cambio, y los desafíos particulares que esto conlleva, aún merece una exploración detallada y una síntesis integral de conocimientos dispersos. Este diseño permitirá identificar nuevas perspectivas, tendencias emergentes y áreas de investigación menos exploradas dentro de este campo.

Ventajas y Desventajas de la Metodología Empleada

Profundidad de Comprensión: Permite una exploración exhaustiva de los fenómenos complejos de la RSE en el comercio global, capturando la riqueza y los matices que los enfoques cuantitativos podrían pasar por alto.

Generación de Nuevas Hipótesis: Al ser exploratoria, facilita la identificación de tendencias emergentes, problemas no documentados y la formulación de nuevas preguntas de investigación para futuros estudios.

Contextualización: La priorización de fuentes que consideran los contextos político-económicos asegura que las conclusiones sean relevantes y aplicables a las realidades específicas de los mercados globales.

Flexibilidad: El diseño cualitativo es inherentemente adaptable, permitiendo ajustar el enfoque de la investigación a medida que surgen nuevos hallazgos o perspectivas relevantes.

Validez Ecológica: Al basarse en experiencias y datos reales de la práctica empresarial, las conclusiones suelen tener una mayor validez en el mundo real.

Desventajas:

Subjetividad: La interpretación de los datos cualitativos puede ser susceptible a la subjetividad del investigador, lo que requiere un alto nivel de rigor y transparencia en el análisis.

Generalizabilidad Limitada: Los hallazgos de estudios cualitativos no siempre son directamente generalizables a poblaciones más amplias debido al tamaño de muestra usualmente menor y la especificidad del contexto analizado.

Intensidad de Recursos: La recopilación y el análisis de datos cualitativos (especialmente si se incluyen entrevistas o estudios de caso) pueden ser laboriosos y consumir mucho tiempo y recursos.

Dependencia de la Calidad de las Fuentes: La validez de los resultados depende en gran medida de la calidad y el rigor de los artículos y estudios primarios seleccionados. Es crucial una evaluación crítica de cada fuente.

8.4 Desarrollo

Coca-Cola: Promueve el acceso al agua potable en comunidades vulnerables

Coca-Cola es una de las empresas líderes en el mundo en cuanto a su compromiso con la responsabilidad social corporativa. Uno de los ejemplos más destacados de su compromiso es su iniciativa para promover el acceso al agua potable en comunidades vulnerables.

En colaboración con organizaciones locales, Coca-Cola ha implementado proyectos de acceso al agua potable en diferentes partes del mundo. Estos proyectos incluyen la construcción de pozos, sistemas de purificación de agua y la educación sobre la importancia del consumo de agua potable.

Además, Coca-Cola ha establecido alianzas estratégicas con organizaciones como la Fundación Bill y Melinda Gates y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) para ampliar el alcance de sus proyectos y garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

Gracias a estas iniciativas, miles de personas en comunidades vulnerables han tenido acceso a agua potable segura, lo que ha mejorado su calidad de vida y ha contribuido al desarrollo sostenible de estas comunidades.

Cabe destacar que Coca-Cola también ha implementado otras prácticas de responsabilidad social corporativa en áreas como la protección del medio ambiente, la promoción de estilos de vida saludables y la inversión en programas de educación y desarrollo comunitario.

Patagonia: Fomenta la sostenibilidad ambiental en su cadena de suministro

Patagonia es un ejemplo destacado de una empresa que ha implementado prácticas exitosas de responsabilidad social corporativa, especialmente en lo que respecta a la sostenibilidad ambiental en su cadena de suministro.

La empresa ha demostrado un compromiso genuino con la protección del medio ambiente y ha adoptado medidas concretas para reducir su impacto ambiental. Una de las iniciativas más destacadas de Patagonia es su programa de reciclaje de ropa.

A través de este programa, la empresa promueve la reutilización y el reciclaje de prendas de vestir, evitando que terminen en vertederos y prolongando su vida útil. Además, Patagonia utiliza materiales reciclados en la fabricación de sus productos, reduciendo así la necesidad de extraer y procesar nuevos recursos naturales.

Otro aspecto importante de la responsabilidad social corporativa de Patagonia es su enfoque en la transparencia y la trazabilidad de su cadena de suministro.

La empresa se ha comprometido a trabajar solo con proveedores que cumplan con altos estándares sociales y ambientales. A través de su programa «The Footprint Chronicles», Patagonia permite a los consumidores rastrear el origen de sus productos, brindando información detallada sobre las fábricas y los procesos de producción.

Además, Patagonia se ha involucrado activamente en la defensa del medio ambiente y la protección de áreas naturales. La empresa ha destinado una parte significativa de sus ingresos a organizaciones sin fines de lucro que trabajan en la conservación y restauración de ecosistemas. También ha participado en campañas para promover la protección de parques nacionales y la preservación de recursos naturales.

Microsoft: Impulsa la inclusión digital a través de programas educativos

Microsoft es una de las empresas líderes en el sector tecnológico que ha demostrado un compromiso sólido con la responsabilidad social corporativa. Uno de los ejemplos más destacados de su compromiso es su programa educativo, el cual busca impulsar la inclusión digital y brindar oportunidades de aprendizaje a comunidades en situación de vulnerabilidad.

En este sentido, Microsoft ha desarrollado diferentes iniciativas para fomentar la educación digital, como la implementación de aulas tecnológicas en escuelas rurales y la capacitación de docentes en el uso de herramientas tecnológicas. Estas acciones han permitido que miles de estudiantes tengan acceso a recursos digitales y adquieran

habilidades tecnológicas fundamentales para su desarrollo personal y profesional.

Además, Microsoft ha establecido alianzas con organizaciones sin fines de lucro y gobiernos para llevar a cabo programas de capacitación en habilidades digitales, como la iniciativa «Code.org». Esta iniciativa busca acercar la programación y la tecnología a jóvenes de todo el mundo, brindándoles la oportunidad de desarrollar habilidades en el ámbito de la informática y abrirles puertas en el mercado laboral.

Microsoft también ha puesto énfasis en la sostenibilidad ambiental, implementando prácticas responsables en sus operaciones y promoviendo la eficiencia energética. La empresa ha invertido en energías renovables y ha implementado medidas para reducir su huella de carbono, demostrando su compromiso con la protección del medio ambiente.

Unilever: Lucha contra el cambio climático y promueve el consumo responsable

Unilever es un ejemplo destacado de empresa que ha implementado prácticas de responsabilidad social corporativa exitosas. Esta compañía multinacional se ha comprometido a luchar contra el cambio climático y promover el consumo responsable en todas sus operaciones y productos.

Unilever ha establecido metas ambiciosas para reducir su huella de carbono y ha implementado varias iniciativas para lograrlo. Una de ellas es el programa «Clean Future», que tiene como objetivo eliminar el uso de combustibles fósiles en la producción de sus productos de cuidado personal y del hogar para el año 2030. Además, la empresa se ha comprometido a utilizar solo energía renovable en todas sus operaciones para el año 2030.

Además de sus esfuerzos en la lucha contra el cambio climático, Unilever también promueve el consumo responsable a través de varias iniciativas. Por ejemplo, ha lanzado la campaña «Reduce, Reusa, Recicla» para fomentar prácticas sostenibles de consumo y gestión de residuos. También ha implementado programas de educación y

concientización sobre la importancia de reducir el desperdicio de alimentos y promover una dieta equilibrada y sostenible.

Unilever demuestra su compromiso con la responsabilidad social corporativa no solo a través de sus acciones, sino también mediante la transparencia en la divulgación de sus metas y avances. La empresa pública regularmente informes de sostenibilidad en los que detalla sus logros y desafíos en temas ambientales y sociales.

IKEA: Apoya proyectos de energías renovables y promueve la economía circular

IKEA es una empresa reconocida a nivel mundial por su compromiso con la responsabilidad social corporativa. Una de las prácticas exitosas que ha implementado es el apoyo a proyectos de energías renovables. La compañía ha invertido en la instalación de paneles solares en sus tiendas y almacenes, lo que le ha permitido generar energía limpia y reducir su huella de carbono.

Además, IKEA ha puesto en marcha iniciativas para promover la economía circular. Por ejemplo, la empresa ha implementado un programa de reciclaje de muebles, en el cual los clientes pueden devolver sus productos usados y recibir un descuento en la compra de nuevos. Estos muebles son luego reparados o reciclados para darles una segunda vida.

Otra forma en la que IKEA contribuye a la responsabilidad social corporativa es a través de su compromiso con la igualdad de género. La empresa ha establecido políticas de contratación y promoción que buscan garantizar la equidad entre hombres y mujeres, así como la diversidad en todos los niveles de la organización.

IKEA es un ejemplo de empresa que ha implementado prácticas de responsabilidad social corporativa exitosas, destacándose por su apoyo a proyectos de energías renovables, promoción de la economía circular y compromiso con la igualdad de género. Estas acciones demuestran su compromiso con el cuidado del medio ambiente y la creación de un impacto positivo en la sociedad.

Google: Promueve la diversidad e inclusión en su fuerza laboral

Google es una empresa reconocida mundialmente por su compromiso con la responsabilidad social corporativa. Uno de los ejemplos más destacados de sus prácticas es su enfoque en promover la diversidad e inclusión en su fuerza laboral.

Google ha implementado diversas iniciativas para fomentar la diversidad en su empresa. Por ejemplo, han establecido metas claras para aumentar la representación de grupos subrepresentados, como las mujeres y las minorías étnicas, en roles técnicos y de liderazgo. Además, han creado programas de mentoría y becas para apoyar a estudiantes y profesionales de estos grupos.

Además, Google se ha comprometido a crear un entorno inclusivo donde todos los empleados se sientan valorados y respetados. Han implementado políticas de no discriminación y han establecido un proceso de denuncia de comportamiento inapropiado. También han creado grupos de recursos para empleados, como el Grupo de Empleados Negros de Google y el Grupo de Orgullo Gay de Google, para proporcionar apoyo y promover la inclusión.

La responsabilidad social corporativa de Google no se limita solo a su fuerza laboral. La empresa también ha llevado a cabo numerosas iniciativas para abordar los desafíos sociales y ambientales. Por ejemplo, han invertido en energía renovable y han implementado programas para reducir su huella de carbono. También han lanzado proyectos sociales, como Google.org, que trabaja para abordar problemas globales, como la pobreza y la educación.

Nestlé: Trabaja en la erradicación del trabajo infantil en su cadena de suministro

Uno de los ejemplos más destacados de empresas que han implementado prácticas exitosas de responsabilidad social corporativa es Nestlé. Esta compañía se ha comprometido activamente en la erradicación del trabajo infantil en su cadena de suministro.

Nestlé ha establecido políticas y programas para garantizar que ningún niño sea explotado laboralmente en ninguna etapa de su cadena de suministro. La empresa trabaja en estrecha colaboración con sus proveedores para garantizar que se cumplan los estándares internacionales de trabajo infantil.

Además, Nestlé lleva a cabo auditorías regulares y rigurosas para evaluar y controlar el cumplimiento de sus políticas. Si se detecta trabajo infantil, la empresa toma medidas inmediatas para remediar la situación y trabaja en conjunto con los proveedores para implementar soluciones a largo plazo.

La empresa también ha establecido programas de educación y capacitación para los niños que han sido rescatados del trabajo infantil, brindándoles la oportunidad de acceder a una educación de calidad y adquirir habilidades para un futuro mejor.

Nestlé es un claro ejemplo de una empresa comprometida con la responsabilidad social corporativa y que ha implementado medidas efectivas para combatir el trabajo infantil en su cadena de suministros.

8.5 Resultados

El Comercio como Catalizador de la RSE: Se confirma que el comercio, en la era de la globalización, no es meramente un mecanismo económico, sino un catalizador estratégico para la adopción y expansión de prácticas de RSE.

Generación de Valor Compartido y Reputación Corporativa: El análisis del contraste entre informes de sostenibilidad corporativos (fuentes primarias) y evaluaciones de terceros (fuentes secundarias) evidencia que la implementación genuina de la RSE en las cadenas de suministro globales genera valor compartido. Esta dualidad refuerza la idea de que la RSE no es un costo, sino una inversión estratégica que fortalece la reputación corporativa y construye capital social indispensable.

Brecha entre Normativa y Práctica: Si bien existe un marco robusto de normas internacionales (como el Pacto Mundial, ODS, ISO 26000, SA8000), el contraste con datos legislativos específicos de diferentes jurisdicciones y reportes de organizaciones no gubernamentales (fuentes primarias y secundarias) revela una brecha persistente entre los principios teóricos y la aplicación práctica en muchas empresas, especialmente en eslabones de la cadena de suministro ubicados en países en desarrollo.

Desafíos en la Trazabilidad y Transparencia: Las complejidades de las cadenas de valor extensas y fragmentadas hacen que sea difícil para las empresas monitorear y asegurar el cumplimiento de los estándares de RSE en todos sus niveles.

Impacto en los Derechos Humanos y el Medio Ambiente: Los resultados confirman que el comercio responsable, impulsado por una sólida RSE, tiene un impacto directo y positivo en el respeto de los derechos humanos y la protección del medio ambiente.



Capítulo IX

Responsabilidad Social y Ética en la empresa moderna



Docente de la Universidad de Guayaquil

Guido Homero Poveda Burgos

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Xiomara Andreina Guerrero Anzules

Ariana Mabel Veléz Román

Camila Fiorella Aguayo Sánchez

Hugo Stalyn Martínez Mendoza

9.1 Resumen

Este trabajo analiza la ética empresarial y la responsabilidad social como elementos fundamentales en la gestión de las organizaciones modernas, especialmente en el contexto latinoamericano. A través de una revisión documental de fuentes académicas recientes, se exponen conceptos clave, beneficios, desafíos y casos prácticos relacionados con la implementación de principios éticos en la empresa. Se destaca cómo la ética debe ser el fundamento sobre el cual se construyen las acciones de responsabilidad social, evitando su uso únicamente como estrategia de imagen. Casos como Grupo Bimbo, Natura y Cervecería Nacional muestran que es posible combinar competitividad y compromiso social. También se abordan críticas como el greenwashing y la falta de coherencia institucional. Se concluye que incorporar la ética y la responsabilidad social no solo es un imperativo moral, sino también estratégico para la sostenibilidad empresarial y el desarrollo de sociedades más justas, transparentes y resilientes.

Palabras clave: ética empresarial, responsabilidad social, sostenibilidad, empresas latinoamericanas, cultura organizacional, greenwashing, desarrollo sostenible.

9.2 Introducción

En el actual escenario global, caracterizado por una creciente demanda de transparencia, sostenibilidad y equidad, la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa (RSC) se han convertido en pilares fundamentales del quehacer organizacional. Las empresas, más allá de buscar únicamente beneficios económicos, enfrentan el reto de actuar conforme a principios éticos y de contribuir activamente al bienestar de sus grupos de interés. Esta transformación en la visión empresarial responde a una sociedad más crítica, informada y exigente, que valora el compromiso social tanto como la rentabilidad. (Montoya Acevedo, 2021)

La ética empresarial puede definirse como el conjunto de principios y valores que guían el comportamiento de las organizaciones en su interacción con los distintos actores sociales. Implica actuar con integridad, justicia, honestidad y respeto por los derechos humanos.

No se trata solo de cumplir con la ley, sino de superar ese estándar mínimo para construir relaciones de confianza duraderas con clientes, proveedores, empleados y comunidades. Una empresa ética es aquella que toma decisiones considerando su impacto humano y ambiental. (Restrepo, 2022)

Por su parte, la responsabilidad social empresarial es una manifestación concreta de la ética en acción. Representa el compromiso voluntario que las empresas asumen para contribuir al desarrollo sostenible, desde una perspectiva económica, social y ambiental. Las iniciativas de RSC pueden tomar diversas formas: programas de voluntariado, donaciones, gestión ambiental, inclusión laboral o educación comunitaria. Sin embargo, para que estas acciones sean efectivas, deben surgir de una convicción auténtica y estar integradas a la estrategia del negocio. (Pérez López, 2022)

En América Latina, los conceptos de ética y RSC han cobrado relevancia en las últimas décadas, a raíz de fenómenos como la corrupción institucional, las crisis económicas y los escándalos empresariales. Estos eventos han evidenciado la necesidad de consolidar culturas organizacionales más éticas, que fortalezcan la gobernanza corporativa y aporten al desarrollo inclusivo. En países como Colombia, México, Perú o Ecuador, se han promovido marcos normativos e incentivos que fomentan prácticas empresariales responsables. (Chiavenato, 2021)

No obstante, a pesar de estos avances, persisten importantes desafíos para la consolidación de una ética empresarial sólida. Uno de los principales obstáculos es la falta de coherencia entre el discurso y la práctica. Muchas organizaciones elaboran códigos de ética o informes de sostenibilidad como herramientas de marketing, pero sin aplicar verdaderamente estos valores en su cultura interna. Esta desconexión produce desconfianza en los públicos y limita el impacto positivo que podrían generar. (Montoya Acevedo, 2021)

Otra dificultad frecuente es la ausencia de formación ética en la educación superior. A menudo, los profesionales egresan con sólidas competencias técnicas, pero con una escasa preparación en principios éticos o sensibilidad social. Este vacío formativo contribuye a que la toma de decisiones se enfoque únicamente en criterios financieros, sin

considerar su dimensión humana o ecológica. Por ello, se vuelve imprescindible que las universidades incorporen de forma transversal la ética profesional en todas sus carreras. (Restrepo, 2022) La ética y la RSC también se enfrentan al dilema del cortoplacismo empresarial. En contextos de alta competencia, algunas empresas priorizan beneficios inmediatos por encima de estrategias responsables de largo plazo. Esta visión limitada impide ver que las prácticas éticas no solo son deseables moralmente, sino también rentables, pues mejoran la reputación, la lealtad del cliente, la productividad del personal y la atracción de inversionistas. (Pérez López, 2022)

En contraposición, empresas que integran la ética y la RSC en su modelo de gestión demuestran una mayor resiliencia ante las crisis y un impacto más positivo en sus comunidades. Organizaciones como Natura (Brasil), Grupo Bimbo (México) o Cervecería Nacional (Ecuador) son ejemplos de cómo se puede combinar competitividad y compromiso social. Estas empresas han logrado posicionarse como referentes en sostenibilidad sin renunciar a la rentabilidad, demostrando que es posible un modelo de negocio ético y eficiente. (Chiavenato, 2021)

Este trabajo tiene como propósito analizar los fundamentos de la ética empresarial y la responsabilidad social en el contexto latinoamericano, con énfasis en su aplicación práctica, beneficios, limitaciones y perspectivas futuras. La metodología consistirá en una revisión documental de literatura reciente, apoyada en casos reales de empresas de la región. Se busca no solo comprender estos conceptos, sino reflexionar críticamente sobre su importancia para la construcción de organizaciones más humanas y sostenibles.

Finalmente, este estudio se justifica en la necesidad urgente de formar líderes empresariales con una visión ética y un compromiso genuino con el desarrollo social. En un mundo marcado por la desigualdad, el cambio climático y la pérdida de confianza en las instituciones, las empresas tienen la oportunidad y la responsabilidad de actuar como agentes de cambio. Solo a través de la ética y la responsabilidad social se podrá construir una economía que no solo funcione bien, sino que también haga el bien.

9.3 Metodología

Este trabajo se enmarca dentro de una investigación de tipo documental y analítica, basada en la revisión crítica de literatura académica hispanoamericana publicada entre los años 2008 y 2021. Se aplicó un enfoque cualitativo, orientado a la comprensión profunda de los conceptos de ética empresarial y responsabilidad social, así como su aplicación práctica en empresas latinoamericanas.

La selección de fuentes incluyó libros especializados, artículos académicos y publicaciones institucionales de universidades, editoriales reconocidas y organismos empresariales de América Latina. Se priorizó el uso de textos cuyos autores fueran expertos en ética, administración, sostenibilidad y responsabilidad social empresarial. Además, se complementó el marco conceptual con estudios de casos de empresas reales que aplican (o no) estos principios.

La metodología utilizada también implicó un análisis comparativo entre empresas con buenas prácticas de responsabilidad social y otras que han enfrentado crisis éticas. Esta comparación permitió identificar factores clave de éxito o fracaso en la implementación de políticas éticas. El objetivo fue extraer aprendizajes aplicables y comprender la relación entre el discurso y la práctica en materia de RSE.

Finalmente, se realizó una sistematización temática, dividiendo el trabajo en secciones que abordan de forma progresiva la definición, importancia, beneficios, desafíos y ejemplos concretos del rol de la ética en la empresa. Esto permitió construir una narrativa coherente y crítica sobre el papel transformador que puede tener la ética en el mundo empresarial contemporáneo.

9.4 Desarrollo

¿Qué es la Ética Empresarial?

La ética empresarial es una rama de la ética aplicada que estudia los principios y valores que deben guiar el comportamiento de las

organizaciones y sus integrantes. Su propósito es orientar la toma de decisiones en el mundo corporativo, considerando no solo el cumplimiento de las normas legales, sino también el respeto a los derechos humanos, la equidad, la justicia y el bien común. En este sentido, la ética empresarial busca establecer una base moral para la acción empresarial, fomentando prácticas que beneficien tanto a la empresa como a la sociedad. (Restrepo, 2022)

En el contexto latinoamericano, la ética empresarial ha cobrado relevancia como respuesta a los problemas estructurales que afectan a la región, como la corrupción, la informalidad, la explotación laboral y la falta de regulación efectiva. Por ello, no basta con promover códigos de conducta o manuales de buenas prácticas; es necesario construir una cultura organizacional sustentada en principios éticos que guíen de forma constante y coherente la actuación de todos los niveles jerárquicos de la empresa. (Montoya Acevedo, 2021)

Una de las claves para entender la ética empresarial es la distinción entre legalidad y moralidad. Mientras que la legalidad establece lo mínimo que una empresa debe cumplir para no ser sancionada, la ética plantea lo que una empresa debe hacer para actuar de forma correcta, incluso cuando la ley no lo exige expresamente. Esto implica tomar decisiones responsables, transparentes y empáticas, considerando el impacto que generan en los diferentes grupos de interés (stakeholders) como empleados, consumidores, proveedores y comunidades. (Chiavenato, 2021)

Desde una perspectiva filosófica, la ética empresarial se basa en corrientes como el utilitarismo, el deontologismo y la ética del cuidado, que ofrecen distintas formas de justificar la conducta moral en el ámbito corporativo. Sin embargo, en el contexto latinoamericano, autores como (Pérez López, 2022) han destacado la necesidad de una ética basada en la responsabilidad social, donde la acción empresarial se valore por su contribución al desarrollo humano y no únicamente por su eficiencia económica. Esta visión busca superar la lógica del mercado y humanizar la gestión empresarial. La aplicación de la ética en la empresa se refleja en múltiples dimensiones: el respeto por los derechos laborales, la equidad de género, la integridad en los negocios, la rendición de cuentas, el

compromiso con el medio ambiente, y la transparencia financiera, entre otras. Cuando estas prácticas se interiorizan en la cultura organizacional, generan confianza entre los públicos estratégicos y fortalecen la reputación institucional, lo que se traduce en un activo intangible de gran valor para la sostenibilidad del negocio. (Montoya Acevedo, 2021)

Implementar la ética empresarial requiere liderazgo, coherencia y voluntad de cambio. Los directivos deben ser los primeros en asumir un comportamiento ejemplar, pues su conducta actúa como modelo para el resto de la organización. Asimismo, es necesario contar con mecanismos de formación, evaluación y control ético, como comités de ética, canales de denuncia, auditorías internas y políticas de sanción ante comportamientos indebidos. Estos instrumentos, si son bien aplicados, permiten prevenir riesgos reputacionales y legales. (Restrepo, 2022)

No obstante, muchas empresas enfrentan dilemas éticos cotidianos que no siempre tienen una solución clara. Ejemplos de ello son el soborno para conseguir contratos, la contratación de trabajadores informales para reducir costos, o el ocultamiento de información relevante para los consumidores. En estos casos, la ética empresarial proporciona criterios para analizar las consecuencias de cada decisión y optar por la alternativa más justa, transparente y responsable, aunque ello implique renunciar a ganancias inmediatas. (Pérez López, 2022) La ética empresarial también cumple una función educativa. Al promover una cultura basada en valores, contribuye a la formación integral de los colaboradores y fortalece su sentido de pertenencia y compromiso. Además, ayuda a construir una visión de largo plazo, donde el éxito de la empresa se mida no solo en términos de rentabilidad financiera, sino también en el aporte que realiza al bienestar de la sociedad y al desarrollo sostenible. (Chiavenato, 2021)

En suma, la ética empresarial no debe entenderse como un conjunto de reglas impuestas desde fuera, sino como un compromiso voluntario y profundo con la integridad, la responsabilidad y la justicia. Es una herramienta clave para fortalecer la legitimidad social de las empresas y para enfrentar los desafíos éticos de un entorno cada vez más complejo, competitivo y cambiante. En ese sentido, su incorporación

efectiva en la cultura organizacional es una necesidad urgente y una oportunidad estratégica.

¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se define como el conjunto de acciones voluntarias que una empresa adopta para contribuir al desarrollo sostenible, con un enfoque ético y consciente de su impacto en la sociedad y el medio ambiente. Va más allá del cumplimiento legal, proponiendo una forma de gestión que integra el respeto por los derechos humanos, la equidad social, la protección ambiental y el bienestar de sus colaboradores y comunidades. (Montoya Acevedo, 2021)

Desde una visión moderna, la RSE implica la transformación del rol tradicional de la empresa. Ya no se concibe como una entidad exclusivamente económica, centrada en la maximización de utilidades, sino como un agente activo en la construcción del tejido social. Las organizaciones que aplican la RSE entienden que su rentabilidad a largo plazo depende del equilibrio con su entorno, lo cual requiere compromisos éticos sostenidos en todas sus operaciones. (Caviedes & Hernández, 2020)

La RSE se estructura normalmente en tres dimensiones: económica, social y ambiental. La dimensión económica busca una gestión transparente, eficiente y sustentable de los recursos; la social se orienta a mejorar la calidad de vida de los trabajadores y comunidades; y la ambiental está enfocada en minimizar el impacto ecológico de la actividad empresarial, a través del uso racional de los recursos y prácticas sostenibles. (Restrepo, 2022) En el contexto latinoamericano, la RSE ha tomado fuerza como una estrategia empresarial frente a las crecientes exigencias de la sociedad civil, los movimientos sociales y los consumidores informados. En países como Ecuador, Perú, Colombia y México, numerosas empresas han adoptado políticas de RSE para posicionarse en el mercado, pero también como respuesta a los desafíos estructurales de desigualdad, exclusión y degradación ambiental. (Pérez López, 2022)

Uno de los aportes más valiosos de la RSE es su enfoque multistakeholder, es decir, su preocupación por todos los grupos de interés vinculados a la empresa. A diferencia del modelo clásico, centrado solo en los accionistas, la RSE considera a empleados, clientes, proveedores, comunidades locales, gobiernos y medio ambiente como actores clave, cuyos intereses deben ser tenidos en cuenta en la toma de decisiones corporativas. (Montoya Acevedo, 2021)

Entre las acciones más comunes de RSE se encuentran: programas de voluntariado corporativo, apoyo a la educación, inclusión de personas con discapacidad, prácticas de comercio justo, inversiones en energías renovables, campañas de salud preventiva, entre otras. Lo esencial no es la cantidad de programas, sino su coherencia con la misión y visión de la empresa, y su impacto tangible en la sociedad (Chiavenato, 2019). Sin embargo, es necesario distinguir entre una RSE auténtica y el llamado *greenwashing*, que consiste en aparentar compromiso social o ambiental sin una verdadera transformación organizacional. Este fenómeno ocurre cuando las empresas utilizan campañas de RSE solo como estrategia de marketing o imagen, sin integrar realmente esos valores en sus procesos internos ni rendir cuentas de forma transparente. (Caviades & Hernández, 2020)

La implementación efectiva de la RSE requiere liderazgo ético, políticas claras y una cultura organizacional orientada al bien común. Esto implica formar al personal, establecer indicadores de responsabilidad, generar reportes de sostenibilidad y mantener canales de diálogo con los grupos de interés. Las empresas que logran este nivel de compromiso generan confianza, reducen riesgos y fortalecen su legitimidad ante la sociedad. (Restrepo, 2022)

La RSE también representa una ventaja competitiva. En un mercado globalizado, las empresas responsables logran diferenciarse positivamente, atraer consumidores conscientes, mejorar su reputación y acceder a mercados internacionales con estándares más exigentes. Además, los inversionistas valoran cada vez más el desempeño social y ambiental como indicadores clave de sostenibilidad. (Montoya Acevedo, 2021)

En el ámbito laboral, la RSE se traduce en mejores condiciones de trabajo, programas de capacitación, políticas de igualdad de oportunidades y equilibrio entre la vida personal y profesional. Estos factores incrementan la motivación, el sentido de pertenencia y la productividad de los empleados, quienes se convierten en promotores naturales de la cultura ética de la empresa (Pérez López, 2014). Por otro lado, las acciones de RSE también permiten a las empresas actuar como aliadas del Estado y las organizaciones sociales en la solución de problemas estructurales como la pobreza, la educación deficiente o la falta de acceso a servicios básicos. Esto no significa reemplazar al Estado, sino complementarlo desde la lógica del compromiso y la corresponsabilidad social. (Chiavenato, 2021)

La Responsabilidad Social Empresarial representa un enfoque estratégico, ético y sostenible de hacer empresa. Su valor radica en asumir la interdependencia entre los intereses corporativos y el bienestar colectivo. Aplicada con autenticidad, la RSE permite construir empresas más humanas, resilientes y comprometidas con el desarrollo integral de sus comunidades y del entorno en el que operan.

Relación entre Ética y Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La relación entre ética y responsabilidad social empresarial (RSE) es esencial y complementaria. La ética actúa como el fundamento filosófico y moral sobre el cual se construyen las decisiones y comportamientos responsables dentro de una empresa. Sin principios éticos sólidos, la RSE corre el riesgo de convertirse en una simple estrategia comercial sin compromiso real. Por tanto, la ética no es un componente aislado, sino el cimiento que legitima cualquier práctica de responsabilidad social. (Restrepo, 2022)

La ética proporciona los criterios que permiten discernir qué es justo, adecuado o moralmente aceptable en la gestión empresarial. Cuando estos principios se internalizan en la cultura organizacional, la RSE deja de ser una actividad opcional y se convierte en una expresión natural del compromiso de la empresa con sus valores. De este modo, la RSE puede ser entendida como ética aplicada al entorno empresarial, donde cada acción se evalúa no solo por su impacto

económico, sino también por sus efectos sociales y ambientales. (Montoya Acevedo, 2021) Muchos autores coinciden en que una empresa verdaderamente responsable es aquella que actúa con coherencia entre lo que dice y lo que hace. La ética permite mantener esa coherencia, ya que orienta el comportamiento de los líderes y trabajadores hacia prácticas que respeten los derechos humanos, promuevan la equidad y protejan el entorno. Por ello, la RSE no puede reducirse a acciones filantrópicas o campañas aisladas, sino que debe ser el resultado de una visión ética integral de la empresa. (Pérez López, 2022)

En América Latina, la articulación entre ética y RSE es especialmente importante debido a los altos índices de corrupción, desigualdad y desconfianza institucional. En este contexto, las empresas están llamadas no solo a cumplir con la ley, sino a ir más allá, adoptando estándares éticos que refuercen su legitimidad ante la sociedad. Esta combinación fortalece la gobernanza empresarial y permite construir relaciones de largo plazo basadas en la transparencia y el respeto. (Caviedes & Hernández, 2020)

La ética también cumple un papel orientador para definir los límites de la responsabilidad empresarial. Mientras algunas prácticas pueden parecer “legales” o rentables a corto plazo, no siempre son moralmente aceptables. La ética empresarial ayuda a identificar y evitar conductas que, aunque no estén prohibidas por la ley, pueden ser perjudiciales para los trabajadores, consumidores o el medio ambiente. Esto asegura que las acciones de RSE respondan a un compromiso genuino con el bien común. (Chiavenato, 2021)

Una empresa que actúa con ética genera credibilidad, lo cual es esencial para el éxito de cualquier estrategia de RSE. Las organizaciones que se preocupan sinceramente por sus comunidades, que ofrecen condiciones laborales dignas y que protegen el medio ambiente, son percibidas como confiables y responsables. Esta percepción mejora la reputación corporativa y genera ventajas competitivas sostenibles, además de fomentar una cultura interna basada en la integridad. (Montoya Acevedo, 2021)

Asimismo, la ética y la RSE se refuerzan mutuamente en el proceso de toma de decisiones. En situaciones de dilemas éticos, donde los intereses económicos pueden entrar en conflicto con los principios morales, una sólida orientación ética permite priorizar acciones que reflejen responsabilidad social. Esto no solo evita riesgos legales o reputacionales, sino que también fortalece el compromiso interno de los colaboradores con los objetivos de la organización. (Restrepo, 2022)

En definitiva, ética y RSE no pueden concebirse como elementos separados. La ética da sentido y dirección a la RSE, y esta, a su vez, es la forma más visible de expresar el compromiso ético de una empresa con la sociedad. Integrar ambas dimensiones es fundamental para construir organizaciones verdaderamente humanas, sostenibles y alineadas con los desafíos del siglo XXI. Solo así se puede alcanzar un modelo empresarial que no solo sea exitoso económicamente, sino también justo y solidario.

Importancia en la Empresa Moderna

La ética y la responsabilidad social empresarial (RSE) se han consolidado como elementos indispensables para el funcionamiento eficiente y sostenible de las empresas modernas. En un entorno caracterizado por consumidores informados, activismo social y presión regulatoria, las organizaciones que integran valores éticos y compromisos sociales en su gestión obtienen ventajas competitivas relevantes. Esta integración no solo mejora su reputación, sino que les permite construir relaciones de confianza duraderas con todos sus públicos. (Montoya Acevedo, 2021)

Uno de los aportes más destacados de la ética y la RSE en la empresa moderna es su capacidad para fortalecer la cultura organizacional. Cuando las empresas actúan con coherencia entre sus valores y sus prácticas, los colaboradores desarrollan un sentido de pertenencia más profundo. Este compromiso ético se traduce en mayor motivación, menor rotación de personal y mejor clima laboral. En este sentido, los valores no se limitan al discurso institucional, sino que se viven en la cotidianidad de la organización. (Pérez López, 2022) La ética

empresarial también cumple un rol preventivo. Una empresa con principios sólidos está menos expuesta a prácticas como el fraude, la corrupción o el acoso laboral, fenómenos que generan altos costos económicos y reputacionales. En América Latina, donde muchos países enfrentan escándalos empresariales y crisis de legitimidad institucional, la ética se convierte en una herramienta de gestión estratégica que contribuye a la estabilidad y sostenibilidad de las organizaciones. (Caviedes & Hernández, 2020)

En el ámbito externo, la RSE permite a las empresas establecer vínculos más sólidos con sus comunidades, proveedores y clientes. A través de programas de inversión social, desarrollo local o cuidado ambiental, las organizaciones demuestran su compromiso con el entorno, lo cual mejora su aceptación social y disminuye los conflictos. Este tipo de relaciones colaborativas crea un ecosistema de negocios más estable, transparente y equitativo, donde todos los actores pueden beneficiarse mutuamente. (Restrepo, 2022)

Las empresas modernas también encuentran en la ética y la RSE una forma efectiva de acceder a mercados internacionales y atraer inversiones sostenibles. Muchos fondos de inversión y compradores globales exigen que las empresas cumplan con estándares de sostenibilidad ambiental, transparencia y derechos humanos. Aquellas organizaciones que aplican políticas éticas claras y reportan sus acciones de responsabilidad social están mejor posicionadas para cumplir con estos requisitos y expandirse globalmente. (Montoya Acevedo, 2021)

Desde una perspectiva de consumo, las nuevas generaciones de clientes valoran cada vez más la coherencia ética de las empresas a las que compran. Los consumidores actuales no solo eligen productos por precio o calidad, sino también por el comportamiento social y ambiental de las marcas. Así, empresas que se comprometen con causas sociales o muestran transparencia ganan fidelidad y construyen una imagen positiva en el mercado, lo que influye directamente en sus resultados financieros. (Chiavenato, 2021)

A nivel de innovación, la ética y la RSE impulsan la creatividad organizacional. Las empresas que se enfocan en generar impacto

positivo tienden a desarrollar productos, servicios y modelos de negocio más sostenibles, inclusivos y eficientes. Por ejemplo, las soluciones tecnológicas orientadas a la reducción de residuos o la inclusión financiera son resultado directo de una visión ética del negocio. Esta orientación a la innovación responsable se convierte en un motor de transformación social y económica. (Chiavenato, 2021)

La ética también es fundamental en la gestión del riesgo reputacional. En tiempos de redes sociales y vigilancia constante, una mala decisión empresarial puede derivar en crisis de imagen que afecten gravemente la viabilidad del negocio. En cambio, una empresa que actúa de forma transparente, que admite errores y que tiene protocolos éticos definidos puede afrontar las crisis con mayor credibilidad. Esto es especialmente relevante en sectores sensibles como alimentos, salud, educación o servicios públicos. (Restrepo, 2022)

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) también pueden beneficiarse de la implementación de políticas éticas y de RSE. Aunque sus recursos son limitados, muchas pymes generan un gran impacto social en sus territorios. Al incorporar prácticas responsables, como el trato justo a los trabajadores, el consumo consciente de recursos o el apoyo a proveedores locales, estas empresas fortalecen su sostenibilidad y contribuyen activamente al desarrollo local. (Caviedes & Hernández, 2020)

Asimismo, los principios éticos son claves en la toma de decisiones estratégicas. Cuando las organizaciones enfrentan dilemas complejos, como reducción de personal, aumento de precios o manejo de crisis sanitarias, la ética permite evaluar las implicaciones humanas y sociales de cada alternativa. Este análisis ético ayuda a evitar decisiones que, aunque financieramente atractivas, puedan dañar a largo plazo la imagen o el propósito organizacional. (Montoya Acevedo, 2021)

Los beneficios de la ética y la RSE se extienden también al ámbito educativo y formativo dentro de la empresa. La promoción de espacios de reflexión ética, cursos de integridad, programas de liderazgo con valores o comités de ética interna permiten formar líderes responsables, capaces de conducir la organización con justicia,

empatía y visión de futuro. Estas capacidades éticas son hoy tan importantes como las habilidades técnicas o financieras. (Chiavenato, 2021)

En conclusión, la ética y la responsabilidad social empresarial son componentes imprescindibles para el éxito de las empresas modernas. No se trata de una moda pasajera ni de una obligación impuesta, sino de una estrategia integral que permite a las organizaciones generar valor económico, social y ambiental de forma sostenible. En un mundo cada vez más interconectado y exigente, las empresas que integren principios éticos en su gestión estarán mejor preparadas para enfrentar los desafíos del presente y del futuro.

Casos Prácticos / Ejemplos

Uno de los referentes más reconocidos en América Latina en materia de ética empresarial y responsabilidad social es Grupo Bimbo, con sede en México. Esta empresa ha implementado prácticas ejemplares como el uso de energía renovable en sus operaciones, la inclusión laboral de personas con discapacidad y programas comunitarios enfocados en la nutrición infantil. Además, promueve una cultura organizacional basada en el respeto, la transparencia y la equidad, lo que ha fortalecido su reputación a nivel internacional. (Montoya Acevedo, 2021)

En Ecuador, Cervecería Nacional ha desarrollado iniciativas de alto impacto social, como el programa “Siembra por contrato”, que apoya a agricultores locales con asistencia técnica, acceso a financiamiento y compra garantizada de cebada. Asimismo, la empresa impulsa campañas de consumo responsable y ha invertido en sistemas de ahorro energético y gestión de residuos. Estos proyectos muestran cómo una empresa puede generar valor compartido y fortalecer su cadena de suministro local. (Pérez López, 2022)

Otro caso relevante es Natura Cosméticos, empresa brasileña que opera en varios países latinoamericanos. Su modelo de negocio está basado en la sostenibilidad, el respeto por la biodiversidad y el comercio justo con comunidades amazónicas. Natura publica

informes de sostenibilidad con indicadores verificables y ha sido reconocida por su transparencia, ética en la publicidad y programas de inclusión femenina. Es un ejemplo de cómo la ética y la RSE pueden convertirse en el eje central de una estrategia empresarial exitosa. (Caviedes & Hernández, 2020)

En contraste, existen empresas que han enfrentado crisis éticas por no aplicar principios de responsabilidad social. Un caso emblemático es el de Odebrecht, una constructora brasileña que protagonizó uno de los mayores escándalos de corrupción en América Latina. La falta de ética en la gestión de contratos públicos, el soborno a funcionarios y la opacidad financiera no solo destruyeron su reputación, sino que también provocaron pérdidas millonarias y desconfianza en el sector empresarial. Estas experiencias demuestran que actuar con ética no es solo una cuestión de imagen, sino una necesidad estratégica. Las empresas que han logrado integrar la RSE en su modelo de negocio han experimentado mejoras en productividad, satisfacción laboral y lealtad del cliente. Por el contrario, aquellas que han ignorado los principios éticos han enfrentado consecuencias legales, pérdidas financieras y daño reputacional a largo plazo. (Montoya Acevedo, 2021)

Es importante destacar que la RSE no es exclusiva de grandes corporaciones. Existen microempresas y pymes en Ecuador, Colombia y Perú que, aunque con menos recursos, desarrollan prácticas éticas significativas. Por ejemplo, pequeñas cafeterías que promueven el comercio justo con caficultores locales, emprendimientos que capacitan a jóvenes en situación de vulnerabilidad o negocios familiares que adoptan políticas de cero desperdicios. Estos casos evidencian que la ética es una posibilidad real en cualquier escala empresarial. (Chiavenato, 2021)

Además, algunas empresas han optado por incluir la certificación B (Empresa B), que valida su desempeño social, ambiental y ético. En Ecuador, organizaciones como Pacari, reconocida por su producción de chocolate orgánico y comercio justo, han obtenido esta certificación, lo cual fortalece su posicionamiento en mercados conscientes. Este tipo de sellos exige un compromiso integral y

continuo, lo que implica una auténtica transformación del modelo de negocio. (Caviedes & Hernández, 2020)

Desafíos actuales y críticas

A pesar de los avances en materia de ética empresarial y responsabilidad social, muchas empresas aún enfrentan importantes desafíos para su implementación efectiva. Uno de los problemas más frecuentes es la falta de coherencia entre el discurso y la práctica. Numerosas organizaciones elaboran códigos de ética o publican informes de sostenibilidad solo como herramientas de marketing, sin integrar verdaderamente estos principios en su cultura organizacional ni en su toma de decisiones diaria. (Montoya Acevedo, 2021)

Otro reto importante es el fenómeno del greenwashing, que consiste en aparentar prácticas responsables sin que exista un compromiso real. Algunas empresas invierten más en publicidad de sus acciones sociales o ambientales que en la ejecución efectiva de las mismas. Esta práctica no solo genera desconfianza en los consumidores, sino que también perjudica a las empresas que sí actúan con autenticidad, pues se desvirtúa el valor de la responsabilidad social. (Caviedes & Hernández, 2020) La falta de liderazgo ético también es una limitación persistente. En muchos casos, los líderes empresariales priorizan el logro de objetivos financieros a corto plazo, dejando de lado los principios éticos y los compromisos sociales. Esto genera un clima organizacional que incentiva la competencia desleal, la explotación laboral o la corrupción interna. La ética debe comenzar desde la alta dirección y reflejarse en todos los niveles de la organización. (Restrepo, 2022)

En América Latina, otro obstáculo es el contexto institucional débil. La corrupción, la impunidad y la falta de transparencia en la gestión pública afectan la credibilidad del sector privado y dificultan la aplicación coherente de políticas éticas. Además, la escasa fiscalización o incentivos claros para la RSE hacen que muchas empresas no consideren prioritario invertir en estas áreas, especialmente en tiempos de crisis económica. También existen críticas al enfoque instrumental de la RSE. Algunos autores

argumentan que muchas empresas ven la responsabilidad social solo como una forma de mejorar su imagen o maximizar utilidades, sin un compromiso genuino con el desarrollo sostenible. Este enfoque utilitarista vacía de contenido a la RSE y la convierte en una estrategia superficial, alejada de su verdadera esencia ética y transformadora. (Chiavenato, 2021)

La falta de indicadores claros y mecanismos de evaluación también limita la efectividad de la RSE. Muchas veces, las empresas reportan actividades sin establecer metas, plazos o resultados medibles. Esto dificulta la rendición de cuentas y el seguimiento del impacto real de las acciones emprendidas. Sin métricas confiables, es difícil diferenciar entre prácticas auténticas y simbólicas, y corregir los errores que se cometen en el proceso. (Montoya Acevedo, 2021)

Finalmente, un desafío fundamental es lograr que la ética y la responsabilidad social se conviertan en parte integral de la estrategia empresarial y no en un área aislada o decorativa. Esto requiere una transformación profunda en la visión del negocio, donde el éxito no se mida solo por la rentabilidad, sino también por el bienestar que genera en sus trabajadores, comunidades y medio ambiente. Solo así será posible construir empresas verdaderamente sostenibles y responsables.

9.5 Resultados

La ética empresarial y la responsabilidad social representan dos pilares fundamentales para la consolidación de empresas sostenibles, justas y competitivas. A lo largo de este trabajo se ha evidenciado que actuar con principios no solo es deseable desde el punto de vista moral, sino también estratégico. Las organizaciones que integran estos valores a su modelo de negocio logran una mayor fidelidad del cliente, una mejor reputación institucional y un entorno laboral más saludable y productivo.

En el contexto latinoamericano, caracterizado por altos niveles de desigualdad, informalidad y desconfianza institucional, la necesidad de fortalecer la ética en los negocios es particularmente urgente. La

responsabilidad social empresarial aparece como un instrumento clave para promover el desarrollo inclusivo, la equidad y la sostenibilidad ambiental. Las empresas que actúan de forma ética y responsable no solo cumplen con la ley, sino que se convierten en agentes activos de transformación social.

Una de las principales lecciones extraídas es que la ética debe ser el fundamento sobre el cual se construya toda política de RSE. Sin una base ética firme, las acciones sociales o ambientales pueden convertirse en simples estrategias de imagen o en mecanismos para evadir obligaciones más profundas. Por eso, la coherencia entre lo que se dice y lo que se hace es esencial para garantizar la autenticidad de cualquier iniciativa de responsabilidad empresarial.

Los casos analizados en este trabajo demuestran que sí es posible integrar la ética en la gestión diaria. Empresas como Natura, Grupo Bimbo o Cervecería Nacional han logrado consolidar modelos de negocio que combinan rentabilidad con impacto social positivo. Estas experiencias muestran que no existe contradicción entre hacer el bien y ser competitivo; por el contrario, la ética puede convertirse en una ventaja estratégica en mercados cada vez más exigentes y conscientes. No obstante, también se han identificado desafíos importantes. La falta de liderazgo ético, el greenwashing, la instrumentalización de la RSE y la debilidad institucional son obstáculos que deben ser abordados de forma crítica. Para superar estos problemas, es necesario fortalecer la formación ética desde la educación superior, impulsar marcos normativos más exigentes y promover una cultura empresarial basada en valores humanos y no solo en resultados financieros.

La responsabilidad social no es exclusiva de las grandes empresas. Las pequeñas y medianas empresas, con recursos limitados, pero con un fuerte arraigo en sus comunidades, también pueden adoptar prácticas responsables. La ética no depende del tamaño o del capital, sino de la voluntad de hacer las cosas correctamente y de asumir un compromiso real con el bienestar común. En este sentido, cada empresa puede ser una fuerza de cambio desde su espacio.

El futuro de la empresa moderna dependerá en gran medida de su capacidad para responder a los desafíos globales con integridad y

sensibilidad social. Temas como el cambio climático, la equidad de género, la inclusión digital o el trabajo digno exigen respuestas empresariales valientes y transformadoras. La ética y la RSE ofrecen una guía clara para orientar las decisiones en medio de un entorno incierto y en constante cambio. Además, se concluye que la ética empresarial debe dejar de ser un discurso superficial y convertirse en una práctica cotidiana. Esto implica formar líderes éticos, establecer mecanismos de control y rendición de cuentas, fomentar el diálogo con los grupos de interés y construir indicadores que permitan medir el impacto real de las acciones. Solo así se podrá lograr una transformación auténtica y sostenida en el tiempo.

La construcción de una economía ética y socialmente responsable es un proyecto colectivo que exige la participación de todos: empresas, gobiernos, universidades y ciudadanía. Las decisiones empresariales tienen un impacto profundo en nuestras sociedades, y por ello deben ser tomadas con conciencia, responsabilidad y sentido de justicia. La ética no es un accesorio, es una necesidad urgente y una brújula para un desarrollo verdaderamente humano.

En definitiva, la ética empresarial y la responsabilidad social no son solo herramientas para evitar riesgos o cumplir con exigencias externas. Son expresiones de una nueva forma de entender el negocio: una que reconoce que el éxito no se mide únicamente por las utilidades, sino también por el legado que se deja en las personas, en el entorno y en la historia. Ese es el verdadero sentido de hacer empresa en el siglo XXI.



Capítulo X

Relación entre ética y rentabilidad empresarial



Docente de la Universidad de Guayaquil

Guido Homero Poveda Burgos

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Arelys Sarahi Alcívar Suárez

Nayeli Anay Macias Tapia

Valesska Yanisley Viteri Burgos

Ángel Eduardo Villón Macías

10.1 Resumen

La responsabilidad social empresarial es un compromiso fundamental que debe ser asumido por todas las organizaciones para contribuir al bienestar social y ambiental. Este trabajo analiza cómo la ética empresarial trasciende la simple búsqueda de beneficios económicos, integrándose como un valor esencial que fortalece la reputación, la sostenibilidad y la rentabilidad a largo plazo. Se destaca que la ética no es un conjunto de normas externas, sino una convicción interna que guía las decisiones corporativas, impulsando un impacto positivo en la comunidad y en los distintos grupos de interés. Mediante un análisis de fuentes primarias y secundarias, se evidenció que las empresas que aplican principios éticos de manera consistente mejoran su desempeño financiero, reducen riesgos laborales y legales, y consolidan relaciones de confianza. Finalmente, se subraya la necesidad de que las empresas adopten una postura ética auténtica para generar valor sostenible y contribuir al desarrollo económico y social responsable.

Palabras clave: Ética empresarial, responsabilidad social corporativa, rentabilidad sostenible, desarrollo sostenible

10.2 Introducción

Establecer que la ética en el ámbito empresarial es imprescindible no es muy difícil debido a que su poder reside al momento de guiar cada decisión con integridad y perspectiva a corto y largo plazo. La ética actúa como faro, iluminando el camino no solo hacia el éxito inmediato sino hacia una prosperidad sostenible. Se puede construir un futuro sostenible a través de la ética, esta va más allá de un concepto abstracto; es una herramienta tangible para forjar negocios robustos y resistentes. Como se ha demostrado, la ética no solo fortalece la reputación corporativa, sino que también impacta positivamente en la toma de decisiones estratégicas, generando beneficios para todos los actores involucrados en la empresa (Estudio, 2024)

Sin irnos muy lejos en el sector alimentario, las empresas que aplican principios éticos como el comercio justo, la trazabilidad de sus productos y el trato digno a sus trabajadores no solo ganan la confianza del consumidor, sino que también aseguran su sostenibilidad a largo plazo. Por ejemplo, varias marcas de café orgánico en Colombia han logrado posicionarse globalmente gracias a su compromiso con los pequeños productores y la producción responsable. La ética, en este caso, no solo se encierra en un concepto de una imagen bonita para la marca, ayuda a construir un buen branding logrando de esta manera que la empresa obtenga una identidad sólida, ejemplos claros son: Apple la cual no vendo solo productos sino innovación y un estilo de vida. También Nike que desde su slogan “Just Do It” es más que una frase debido a que conecta emocionalmente. Estos solo son algunas referencias puntualizando que la ética trasciende a muchos más factores como:

➤ **Generación de valor y rentabilidad**

Apostar por la ética trae beneficios reales, ya que permite tomar decisiones más acertadas y con visión a largo plazo. Cuando una empresa actúa con principios claros, los resultados positivos se hacen notar, se fortalece el crecimiento, mejora el ambiente laboral, se gana la confianza del cliente y toda la organización sale ganando.

➤ **Reducción de costos por medio de la previsión**

Cuando una empresa actúa con ética, no solo está trabajando de manera correcta también está creándose un perfil o una imagen a largo plazo donde las personas apreciaran transparencia, responsabilidad y respeto por todos los stakeholders, se prevé cualquier dolor de cabeza o complicación, hacer las cosas bien siempre rendirá frutos. Una empresa inteligente y con criterio siempre debe prevenir riesgos y situaciones en todos los sentidos y en cualquier área que puedan presentarse sea social, económica, ambiental etc. Escuchar a los trabajadores, clientes y comunidad es parte de aquello, en este sentido la ética actúa como un sistema de prevención empresarial, ante cualquier daño posible generando confianza y mejorando relaciones

tanto internas como externas, nada de excusas siempre manejándose con responsabilidad. Ser ético también es una forma inteligente de cuidar el bolsillo, porque a veces evitar una crisis vale mucho más que cualquier ganancia inmediata.

➤ **Mejora continua y resultados superiores**

El compromiso de obtener mejores resultados de ir innovando y creciendo, toda esa exigencia genera resultados, se forma un ciclo de donde va subiendo el estándar en las empresas llegando a tener un mejor producto, servicio, satisfacción del cliente y demás cosas relacionadas.

➤ **Satisfacción laboral y retención de talento.**

Esto se resume a empleados felices, empleados que trabajan mejor, rinden mejor por así decirlo llegando a los resultados esperados incluso superándolos, un buen ambiente laboral donde el trabajador pueda aprender, crecer y desarrollarse es todo un sueño, claro que el trabajador también debe cumplir con los valores de la empresa, tanto el trabajador como la empresa deben ofrecer algo y ganar algo. En el mundo actual, donde la competencia no da respiro y la atención de los consumidores se disputa en segundos, la innovación ya no se trata solo de lanzar algo “nuevo”. Se trata de crear con propósito. Y ahí la ética juega un papel clave.

Una empresa ética no solo innova por moda, sino porque entiende que puede hacerlo mejor para todos: para sus clientes, sus empleados, la sociedad y el planeta.

Esto impulsa una mejora continua que va mucho más allá de procesos internos: se traduce en productos con mayor calidad, servicios más útiles, clientes más leales y un ecosistema de valor que se retroalimenta.

Empresas que innovan desde la ética tienen una brújula clara: no cualquier cambio vale, solo los que aportan y respetan. Así se logra un

crecimiento más firme, que no se tambalea con la primera crisis porque está sostenido en valores reales.

El alma de la empresa está en su gente

Otro punto vital (y a veces olvidado) es el capital humano. Una empresa no es solo números, maquinaria o estrategias de mercado; está hecha por personas, y esas personas necesitan sentirse valoradas, escuchadas y parte de algo significativo. Cuando una organización se compromete con la ética, está diciendo: “acá te cuidamos, te respetamos y creemos en vos”.

Eso genera un efecto inmediato: los colaboradores se motivan, se sienten orgullosos de su trabajo, rinden mejor, se comprometen más. No se trata solo de beneficios económicos o premios por desempeño, sino de crear un ambiente donde las personas puedan crecer, aprender y ser ellas mismas sin miedo.

Y esto, por supuesto, también es rentable. Porque cuando un trabajador está satisfecho, permanece. Y la retención de talento no solo evita costos por rotación, también mantiene el conocimiento dentro de la empresa, fortalece la cultura organizacional y acelera los resultados. Es una fórmula que funciona, porque la ética no se impone: se contagia.

El círculo virtuoso de la coherencia

La clave de todo esto es la coherencia. No sirve de nada tener un código de ética bonito si las acciones diarias lo contradicen. El verdadero impacto ocurre cuando lo que se dice y lo que se hace están alineados.

Cuando los valores no son un adorno de marketing, sino el corazón de cada decisión. Esa coherencia genera una identidad fuerte, una marca auténtica y un vínculo emocional con todos los que se relacionan con la empresa.

Y lo mejor de todo las personas reconocen eso, hoy más que nunca, los consumidores apoyan marcas con propósito, los inversores apuestan por empresas responsables y los empleados eligen lugares donde puedan sentirse orgullosos de pertenecer. La ética, entonces, deja de ser una opción o una moda: se convierte en un diferencial competitivo, en una ventaja clara frente a quienes siguen apostando por atajos o estrategias de corto alcance.

Todo esto nos lleva a una idea potente: la ética no es un lujo ni un extra. Es la base sobre la cual se construye una empresa sólida, rentable y preparada para los desafíos del futuro.

Desde la rentabilidad hasta la cultura interna, desde la innovación hasta la sostenibilidad, la ética empresarial atraviesa cada aspecto del negocio y lo fortalece. Por eso, más que preguntarse si vale la pena ser ético, las empresas deberían preguntarse cómo no hacerlo. Porque, al final del día, las organizaciones que prosperan no son las que solo piensan en números, sino las que entienden que su verdadero valor está en las decisiones que toman, en la gente que inspiran y en el impacto que dejan en el mundo.

La verdadera cuestión, por tanto, no es elegir entre ética o rentabilidad. Es más bien cuál es el propósito corporativo que impulsa a la empresa y por qué es importante. La ética es una inversión en la salud y el futuro de la organización. La ética puede que no sea fácil de integrar en un inicio, pero sin duda es un sello de garantía, confianza y también de rentabilidad.

La ética empresarial no debe subordinarse a la rentabilidad, ya que su valor radica en proteger a las personas y guiar a la empresa con un propósito claro y sostenible (Sanz, 2024)

El verdadero reto y, a su vez, la oportunidad, radica en tejer esta ética a través de cada narrativa que la empresa cuenta y cada solución que ofrece. Esto se traduce en prácticas que no solo resuenan con la misión de la empresa, sino que también reflejan un compromiso con el bienestar colectivo.

En definitiva, apostar por la ética no es solo una decisión moral, es una estrategia inteligente y visionaria. Es entender que cada acción cuenta, que el impacto de una empresa va mucho más allá de sus balances financieros, y que el verdadero éxito se mide también en la huella que deja. La ética empresarial, lejos de ser un ideal romántico, se presenta hoy como una necesidad concreta para construir organizaciones más humanas, más sólidas y con futuro.

10.3 Metodología

Diseño de la investigación

La ética influye en la rentabilidad a través de diversos mecanismos:

1. **Mejora de la Reputación y la Imagen de Marca:** Una empresa con una sólida reputación ética genera **confianza** entre consumidores, socios comerciales e inversores. Esto se traduce en mayor lealtad del cliente, atracción de nuevas oportunidades de negocio y una percepción positiva que puede justificar precios premium.

En la era digital, la reputación se construye y destruye rápidamente, haciendo la ética más crucial que nunca. En cuanto a la gestión de la reputación de la marca abarca varios tipos de acciones destinadas a proteger una marca: la gestión de la reputación propiamente dicha, la gestión de situaciones delicadas y de crisis, y la estrategia de creación de contenidos, destinada a desarrollar y fortalecer la marca en términos de imagen y posicionamiento. Según un estudio de Forrester, la gestión de la reputación de la marca representa más de un tercio de los usos de la monitorización y escucha de las redes sociales.

Las herramientas de escucha de las redes sociales son cada vez más utilizadas por los departamentos de marketing, comunicación, relaciones públicas y productos en particular. Así pues, las plataformas de social listening son la segunda

fuerza rápida de información más importante para los responsables de marketing durante la crisis del coronavirus. Así lo revela Gartner en su estudio “Marketing in Uncertainty” de marzo de 2020: Las herramientas de social listening son utilizadas por el 51% de los ejecutivos de marketing, detrás de los estudios de consumo de los institutos y empresas, pero por delante de la opinión de los empleados y las plataformas de encuestas a los clientes.

Por lo tanto, estas herramientas serán valiosos aliados para captar conversaciones y artículos sobre tus productos, marcas o directivos. Debido a que los clientes, los consumidores y los ciudadanos se expresan cada vez con más frecuencia, lo que está en juego en relación con la reputación aumenta cada año. La mayor exigencia de los consumidores desde la crisis de Covid-19 no ha hecho más que aumentar la presión sobre las marcas. Pero estas exigencias se pueden ver, de hecho, como grandes oportunidades de comunicación. Respaldados por una metodología rigurosa y un mapeo del entorno, las aportaciones de la monitorización y la escucha de las redes sociales son numerosas.

Cada vez se utilizan más herramientas especializadas, sobre todo en períodos delicados y en crisis. Las herramientas de escucha de las redes sociales son cada vez más utilizadas por los departamentos de marketing, comunicación, relaciones públicas y productos en particular. Así pues, las plataformas de social listening son la segunda fuente rápida de información más importante para los responsables de marketing durante la crisis del coronavirus. Así lo revela Gartner en su estudio “Marketing in Uncertainty” de marzo de 2020: Las herramientas de social listening son utilizadas por el 51% de los ejecutivos de marketing, detrás de los estudios de consumo de los institutos y empresas, pero por delante de la opinión de los empleados y las plataformas de encuestas a los clientes. Por lo tanto, estas herramientas serán valiosos aliados para captar conversaciones y artículos sobre tus productos, marcas o directivos.

2. **Atracción y Retención de Talento:** Los profesionales, especialmente las nuevas generaciones, buscan oportunidades que compartan sus valores y operen de manera ética. Un ambiente laboral ético fomenta la **motivación, el compromiso y la productividad** de los empleados, reduciendo la rotación de personal y los costos asociados a la contratación y capacitación.

Comprender la importancia de retener el talento y aplicar estrategias efectivas para lograrlo es esencial para el éxito a largo plazo de cualquier organización.

La inversión en un proceso de selección sólido, la creación de un ambiente de trabajo positivo, el equilibrio entre el trabajo y la vida personal, y el fomento del crecimiento profesional son aspectos clave para atraer y retener al personal con talento. Además, soluciones innovadoras como BUSUP pueden ser un factor diferenciador al proporcionar a los empleados opciones de movilidad sostenible que mejoran su calidad de vida y su compromiso con la empresa. La gestión del talento es esencial para el éxito y la prosperidad de cualquier organización. Retener a los empleados más talentosos es fundamental para mantener la competitividad en el mercado laboral actual.

Para lograrlo, es imprescindible ofrecer oportunidades de desarrollo profesional que motiven a los empleados a crecer y mejorar constantemente. La rotación de personal es un factor preocupante para muchas empresas, ya que el coste de perder empleados capacitados y experimentados puede ser alto.

Si una empresa no presta suficiente atención a la retención del talento, es probable que muchos de sus empleados valiosos acaben abandonándola en busca de mejores perspectivas y un ambiente más enriquecedor. Para evitar esta situación, el employer branding juega un papel crucial. La imagen y reputación de una empresa como empleadora

influyen en la percepción que los profesionales tienen de ella. Un employer branding sólido y positivo puede atraer a talentos altamente cualificados y, al mismo tiempo, retener a quienes ya forman parte de la organización. Además, desde el punto de vista de los empleados, la retención del talento se traduce en sentirse valorados y considerados, lo que aumenta su sentido de pertenencia y lealtad hacia la empresa.

La escucha activa por parte de los líderes y la disposición para implementar cambios en función de las necesidades y sugerencias de los empleados también contribuyen a mantener un equipo comprometido y satisfecho. En última instancia, la retención del talento no solo tiene un impacto financiero positivo al reducir los costos asociados con la rotación de personal, sino que también fortalece la cultura organizacional y la capacidad de una empresa para atraer nuevos talentos. Las estrategias que abarcan desde la creación de un buen ambiente laboral hasta el fomento del crecimiento profesional desempeñan un papel vital en la construcción de una fuerza laboral comprometida y motivada, dispuesta a contribuir al éxito a largo plazo de la empresa.

3. **Reducción de Riesgos:** Las prácticas éticas minimizan la probabilidad de **demandas legales, multas, sanciones regulatorias y crisis de imagen** derivadas de comportamientos irresponsables o fraudulentos. Esto se traduce en un ahorro significativo de costos y la protección del valor para los accionistas.
4. **Acceso a Capital y Facilidades Financieras:** Cada vez más, los inversores y las instituciones financieras consideran los criterios **ambientales, sociales y de gobernanza (ESG)** en sus decisiones. Las empresas con sólidas credenciales éticas y de sostenibilidad pueden acceder a **financiación en mejores condiciones** y atraer a un mayor número de inversores socialmente responsables. Es una componente importante en muchos programas elaborados para estimular el crecimiento y el desarrollo de las SSI. Pero, se trata sólo de un elemento en la miríada de factores que incluye el

contexto ambiental de las SSI y no puede por sí solo inducir el tipo y el nivel de la reacción deseada. La limitación financiera puede ser en realidad tanto un síntoma de otro problema como lo es un problema financiero. Así, los problemas financieros de las FB-SSI pueden derivar de la inestabilidad del mercado, que hace que las empresas fijen fondos en los stocks, o de políticas que excluyen las pequeñas empresas de precios de insumos con descuento o libres de impuestos, al alcance de sus competidores industriales más grandes.

La política gubernamental de precios, de desarrollo agrícola, de incentivos industriales, y de desarrollo y legislación forestal, influyen todos en la salud de su posición financiera. Dentro del agregado financiero, es necesario hacer una distinción entre las necesidades de capital de inversión y de capital de trabajo.

Históricamente, el foco de la discusión de los problemas financieros de las SSI ha sido sobre los capitales de inversión. Hay cada vez más razones para pensar que las necesidades de los empresarios de pequeñas empresas en capital de trabajo son, por lo menos, igualmente importantes y probablemente aún mayores

5. **Innovación y Ventaja Competitiva:** Una cultura ética puede fomentar un ambiente de **transparencia y responsabilidad**, lo que estimula la innovación en productos, servicios y procesos que satisfan las crecientes demandas de los consumidores por soluciones sostenibles y responsables. Esto puede generar una **ventaja competitiva** duradera.

La compañía mejora su imagen empresarial, generando confianza hacia los consumidores, que la elegirán sobre la competencia. La imagen y la reputación organizacional se han convertido en los últimos años en una ventaja competitiva; aprovechar la ética de los negocios puede

traducirse en un mayor valor de marca y más clientes. Ser una empresa ética resulta, además, muy atractivo para los accionistas e inversiones. Por último, seguir la ética en la empresa es beneficioso para los trabajadores y el funcionamiento de la empresa. Incrementa la satisfacción de la plantilla y, por lo tanto, su dedicación y motivación para el trabajo al mismo tiempo que retiene y atrae el talento humano.

Los empleados lo percibirán como el tipo de negocio que actuará en la mejora de sus intereses. Así pues, la aplicación de la ética en la empresa conlleva los siguientes beneficios principales: Conformidad y responsabilidad legal, Mejora de la reputación corporativa Suscita mayor confianza, tanto entre la plantilla como hacia los clientes e inversores. Mayor satisfacción y motivación por parte de los empleados. Atrae talento. Preserva e incrementa, en definitiva, el valor de la compañía.

6. **Optimización de Relaciones con Proveedores y Clientes:**

Un trato justo y transparente con proveedores y clientes genera relaciones más sólidas, estables y eficientes, que pueden llevar a **mejores acuerdos, mayor calidad y menores costos** a largo plazo. Una buena relación entre proveedores y clientes es esencial para el éxito de las empresas y la entrega de productos y servicios de alta calidad. Fomenta la colaboración, la confianza y la eficiencia, lo que, a su vez, beneficia a ambas partes y contribuye a la satisfacción del cliente y al crecimiento del negocio.

Reducción de costes: Una relación a largo plazo con proveedores puede conducir a acuerdos preferenciales y descuentos, lo que reduce los costos de adquisición de materiales y servicios.

Innovación conjunta: Una colaboración estrecha con proveedores puede fomentar la innovación. Los proveedores a menudo tienen

conocimientos técnicos y acceso a tecnologías avanzadas que pueden mejorar la calidad de los productos

Calidad constante: Los proveedores que entienden las expectativas y estándares de calidad de sus clientes pueden trabajar en conjunto para garantizar que los productos y servicios cumplan con estas expectativas de manera consistente.

Respuesta rápida a problemas: Una relación cercana facilita la resolución rápida de problemas y la gestión eficiente de reclamaciones o devoluciones, lo que mantiene la satisfacción del cliente y protege la reputación de la empresa.

Reducción de riesgos: Una relación sólida con proveedores puede ayudar a reducir los riesgos de interrupciones en la cadena de suministro, ya que los proveedores están más dispuestos a trabajar juntos para superar desafíos inesperados.

Mayor eficiencia: La comunicación y la cooperación efectivas entre proveedores y clientes pueden mejorar los procesos de producción y logística, lo que conduce a una mayor eficiencia operativa.

Construcción de confianza: La confianza es un elemento crucial en cualquier relación comercial. Una relación sólida con proveedores construye confianza mutua, lo que puede conducir a relaciones a largo plazo y a un compromiso continuo con la calidad y la satisfacción del cliente. Las nuevas tecnologías nos proporcionan una gran ayuda a la hora de relacionarnos con nuestros proveedores y mejoran en gran medida dicha relación. Como cliente, puedes utilizarlas para conocer el estado de los pedidos, el tiempo de llegada, posibles incidentes, qué soluciones se han tomado, en definitiva, controlar y gestionar los posibles riesgos a los que te puedas enfrentar

10.4 Desarrollo

“La responsabilidad social se entiende como el compromiso que tienen todos los ciudadanos, las instituciones, públicas y privadas, y

las organizaciones sociales, en general, para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local o global” (Fernández, 2009)

Si muy bien todas las empresas tienen una responsabilidad implícita en su desarrollo, la cual debe ser tomada en cuenta ya que no todas tienen en consideración la importancia que tiene el manejar todo sobre un producto libre de sobreprecio, de malos acuerdos o tratos, las empresas actualmente son conscientes que deben desarrollar un mejor papel en la sociedad, dado al tema todos los ciudadanos nos debemos a un todo, tenemos una responsabilidad no implícita sobre el responsables de todas las tareas realizadas durante el trayecto de un proyecto o negocio independientemente donde se encuentre, sin embargo una empresa o los participantes de estas mismas deben ser conscientes de las acciones y acontecimientos que estas realizan. Un individuo responsable no solo está siendo consciente de sí mismo sino también de los demás y cuando se procede de valores como respeto, convivencia y paciencia. Valores que nos permiten ser conscientes de los demás, de sus actitudes y comportamientos.

La responsabilidad, la palabra como tal tiene un gran peso en toda relación humana y nos hace ver como cada uno ve de diferentes formas un solo tema, la ética empresarial es un tema muy complejo en términos empresariales ya que la única forma de encontrar opiniones es por medio de la investigación empírica, la responsabilidad es un espectro muy grande en relación con las empresas en desarrollo, y esto debe ser tomado en consideración con mayor seriedad y profundidad, no solo se trata de producir bienes y servicios para poder conseguir algún beneficio económico, también se trata de incrementar el valor en el mercado, de principios de ética y de muchos valores que nos buscan respetar como sociedad.

Sin embargo, actualmente el mundo es un lugar complejo en donde las empresas no son completamente leales a esta visión y se inclinan por una visión utilitaria.

El termino utilitarismo se puede llegar a usar, generalmente, para referirse a una familia de doctrinas normativas específicas —doctrinas que pueden ser defendidas sobre la base de un número de tesis

filosóficas diferentes sobre la naturaleza de la moralidad (Scanlon, 2006)

El utilitarismo, actualmente no debe ser considerado como una filosofía central sino más bien en una doctrina que la mayoría ha sostenido de forma muy segura, la mayoría de las empresas dejan de lado la responsabilidad que tienen con sus clientes y con la sociedad, para cumplir un objetivo totalmente basado en la creencia de generar una utilidad no solo monetaria, el sentido de utilitarismo de forma filosófica lo podemos ver arraigado en las empresas como una doctrina normativa, si nos inclinamos a este margen nos podemos pecar que no todas las empresas son responsables con su acción social, muchas de ellas no tienen conciencia social o ambiental y por lo tanto buscan o no se hacen responsables sobre ciertos daños que han llegado a ocasionar o que llegaran a ocasionar.

Por ello, resulta urgente replantear el papel de las empresas no solo como agentes económicos, sino como actores morales dentro de una sociedad que demanda cada vez más responsabilidad, transparencia y compromiso real con el bienestar colectivo.

En este sentido las empresas deben comenzar a tomar un papel no solo como generadora de riquezas, sino también como instituciones que van a generar un impacto en la gran red que es la sociedad, esta influencia va mucho más allá de los mercados y la cultura organizacional, es decir va a impactar en la comunidad y en la vida de miles de personas, por lo tanto, al momento de que una empresa adopta una postura moral en la cual busca no solo generar ingresos para los accionistas. Sino también los reconocer los derechos y necesidades de todos sus grupos de interés, este cambio de enfoque no puede ser superficial y limitado a solo ser un discurso institucional también debe verse reflejado en políticas internas, en la forma de liderar, en las decisiones, en las relaciones que la empresa establezca, en la gestión de residuos y la coherencia que sus valores tengan con las acciones reales.

Solo así se podrá construir una nueva lógica empresarial, en la que el éxito no se mida exclusivamente por los beneficios financieros, sino

también por el legado ético y social que una empresa deja en su entorno.

La ética empresarial, en este contexto no debe ser considerada como un conjunto de normas impuestas de forma externa, sino más bien como una convicción interna que oriente las decisiones corporativas. Una empresa que este comprometida éticamente es aquella que reconoce su impacto y por lo tanto por medio de su poder e influencia va a llegar actuar con responsabilidad incluso cuando no exista una presión legal o mediática que lo obligue a hacerlo, por lo tanto, la ética no son obstáculos para el crecimiento, sino un instrumento para lograr un desarrollo sostenible y legítimo.

Las organizaciones que integran principios éticos en su modelo de negocio no solo fortalecen su reputación y confianza en sus grupos de interés, sino que también crean un valor a largo plazo y se convierten en agentes de transformación positivos en el mundo que requiere una correlación creciente entre lo que se dice y se está haciendo.

Hay que reconocer que la ética empresarial no es un conjunto de normas y acciones que sean impuestas externamente y de forma inmediata, sino más bien que se va ir representando y mostrando con el tiempo al momento que la empresa toma decisiones corporativas, una empresa éticamente comprometida reconoce su poder e influencia, esto implica cultivar una cultura organizacional que se base en la equidad, la honestidad, el respeto y la solidaridad representadas en las practicas cotidianas, la ética no es un obstáculo para el crecimiento de las organizaciones sino más bien es una herramienta que les ayuda a impulsar su negocio por medio del desarrollo sostenible y legítimo.

Cuando una organización incorpora tener principios y valores a su gestión no solo mejora la percepción que otros tienen de ella, sino que también consolida relaciones de confianza con quienes interactúan con la empresa.

Esta conexión entre sus valores anunciados y su acción real le permite crear una base estable para su crecimiento futuro y la posición en sí

como el actor principal en los cambios sociales que requieren una sociedad moderna más fuerte. No es solo una unidad impersonal la que tiene como objetivo obtener beneficios financieros.

De hecho, es una sociedad compuesta por personas que viven e interactúan permanentemente y comparten sus ambiciones, metas y esperanzas. En este entorno humano, las decisiones y acciones de la organización afectan directamente a quienes lo hacen, y cada individuo puede afectar la dirección de la empresa (Aguilera & Puerto, 2012)

La hipótesis de la Curva de Kuznets Ambiental es de gran importancia para comprender la relación entre la actividad económica y la degradación ambiental. En un reciente estudio podemos ver cómo esta misma, sugiere que a medida que un país como Ecuador crece económicamente, las emisiones aumentan en las primeras etapas del desarrollo, como el CO₂, generalmente disminuye si el nivel de ingresos del año se establece.

En este contexto, la ética empresarial juega un papel crucial, ya que las empresas tienen la responsabilidad moral de no esperar a que el desarrollo económico reduzca las emisiones, sino actuar de manera proactiva, adoptar prácticas sostenibles, invertir en tecnología pura y seguir las reglas ambientales desde la etapa inicial.

El método CO -Grade utilizado en el estudio proporciona la capacidad de determinar el crecimiento económico a largo plazo, el consumo de energía y las emisiones, lo que fortalece la necesidad de que el comportamiento ético empresarial se adapte a la política ambiental a largo plazo, especialmente en economías de desarrollo como Ecuador.

10.5 Resultados

Se realizó un análisis integral que permitió identificar una relación positiva entre la implementación de principios éticos y la rentabilidad empresarial. A partir del contraste entre fuentes primarias (como encuestas aplicadas a directivos de empresas locales), fuentes secundarias (literatura académica y estudios de caso), y fuentes

legislativas (normativas sobre responsabilidad empresarial), se evidenció que la ética empresarial no solo responde a principios morales, sino que también se traduce en ventajas competitivas sostenibles.

Los datos recogidos muestran que el 76% de las empresas que aplican códigos de ética y responsabilidad social empresarial (RSE) reportaron mejoras en su rentabilidad en los últimos tres años. Estas mejoras se reflejaron en un mayor retorno sobre la inversión (ROI), incremento de la fidelización del cliente, y una mejora en la reputación corporativa, lo cual coincide con lo planteado por autores como Chiavenato (2017) y Carroll y Buchholtz (2015), quienes afirman que la ética empresarial es un elemento clave en la gestión estratégica moderna.

Desde una perspectiva legislativa y de gestión interna, también se identificó que las empresas con políticas éticas consolidadas presentan menos conflictos laborales, menor rotación de personal y reducen el riesgo de sanciones legales.

Estos elementos administrativos impactan directamente en los costos operativos, lo que influye en una mayor eficiencia financiera. La ética en los negocios no debe concebirse como una obligación externa, sino como una herramienta fundamental para una administración responsable y eficiente. (Velasquez, 2008)

Asimismo, se contrastaron casos empresariales donde la ética se aplica únicamente con fines de marketing superficial (conocido como greenwashing o “ética de fachada”). En estos casos, los beneficios financieros no fueron significativos, lo que refuerza la idea de que la rentabilidad vinculada a la ética depende de su aplicación real, profunda y coherente. Estos resultados, contextualizados tanto en la teoría como en la práctica empresarial actual, permiten afirmar que la ética empresarial es un factor estratégico que potencia la rentabilidad, reduce riesgos administrativos y fortalece la sostenibilidad organizacional, lo cual respalda su inclusión como eje transversal dentro de la formación en administración de empresas.

10.6 Discusión de los Resultados

Los resultados obtenidos en este estudio confirman que la ética empresarial no es un concepto aislado de la gestión administrativa, sino un componente esencial que incide directamente en la rentabilidad y sostenibilidad de las organizaciones. Este hallazgo está en concordancia con los principios fundamentales de la administración, que promueven la eficiencia, la planificación estratégica y la responsabilidad en la toma de decisiones. (Chiavenato, 2017)

Desde la perspectiva teórica, diversos autores sostienen que la ética empresarial fortalece el compromiso organizacional, genera confianza entre los stakeholders y mejora el clima laboral (Velasquez, 2008; Carroll & Buchholtz, 2015).

En este estudio, se observó cómo las empresas que aplican prácticas éticas de forma consistente experimentan beneficios económicos sostenidos, lo que refuerza el argumento de que la rentabilidad no se opone a la ética, sino que puede potenciarse a partir de ella. Uno de los aspectos más relevantes es que las buenas prácticas éticas actúan como un diferenciador estratégico en mercados cada vez más competitivos.

En particular, el cumplimiento de normativas legales, la transparencia en la gestión y la responsabilidad social empresarial se posicionan como factores clave que generan valor intangible y tangible para las organizaciones. La ética, por tanto, se convierte en una herramienta de administración estratégica, no solo en una obligación moral. No obstante, también se evidenció que la ética empresarial debe ser auténtica y coherente para generar resultados. Las empresas que adoptan un enfoque superficial —limitado a discursos o acciones de imagen sin transformación interna real— no logran los mismos niveles de rentabilidad. Esto plantea la necesidad de formar líderes con conciencia ética, capaces de integrar estos principios en todos los niveles de gestión.

Finalmente, desde una visión contextualizada en América Latina, se destaca que, en economías emergentes, donde las presiones por obtener ganancias rápidas son altas, la aplicación de modelos éticos representa un reto importante pero también una gran oportunidad para generar crecimiento económico sostenible y con responsabilidad social.

Conclusiones

A partir del análisis realizado, se concluye que la ética empresarial tiene una influencia directa y positiva en la rentabilidad de las organizaciones.

Las empresas que integran principios éticos en su gestión administrativa logran beneficios tanto tangibles (como aumento en ingresos, reducción de costos legales y mejora del ROI) como intangibles (reputación, fidelidad del cliente y clima organizacional). Estos hallazgos confirman que, en el contexto actual de la administración de empresas, la ética no representa un gasto adicional, sino una inversión estratégica que impulsa la competitividad y la sostenibilidad.

Además, se evidenció que una ética aplicada de forma coherente y auténtica genera mayores resultados que una ética usada solo como estrategia de imagen. Finalmente, se destaca la necesidad de formar líderes empresariales con conciencia ética, que comprendan el valor de actuar con integridad en todos los niveles de la organización. Integrar la ética como parte estructural de los fundamentos administrativos es clave para el desarrollo de empresas más responsables, eficientes y rentables.



Capítulo XI

Conflictos éticos en el ámbito empresarial



Docente de la Universidad de Guayaquil

Bárbara de Lourdes Sambonino García

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Jennifer Lisset Castro Torres

Ronald Xavier Duarte Mota

Johan Andy Magallanes Herrera

Nixon Ademar Pineda Carrillo

Naydelin Verónica Valverde Sevillano

11.1 Resumen

Este capítulo aborda los conflictos éticos en el ámbito empresarial, un asunto de mayor relevancia en un entorno global caracterizado por la competitividad, la presión por resultados y la complejidad de las relaciones organizacionales. A través de un enfoque teórico-descriptivo, se examinan los principales factores que causan este tipo de conflictos, así como los espacios dentro de las empresas donde ocurren con mayor frecuencia, como recursos humanos, finanzas, marketing y comercio exterior. El texto también presenta ejemplos ilustrativos que permiten visualizar cómo se manifiestan los dilemas éticos en la práctica, y examina las consecuencias de ignorarlos, tanto a nivel interno como externo. Finalmente, se sugieren herramientas y estrategias clave para prevenir y gestionar estos conflictos de manera responsable. El objetivo es fomentar la reflexión crítica y fortalecer una cultura empresarial basada en valores éticos sólidos, indispensable para el desarrollo sostenible y la confianza en las organizaciones.

Palabras clave: Civilización, responsabilidad, conflictos, ética, empresas

11.2 Introducción

En la actualidad, las organizaciones enfrentan un panorama cada vez más complejo, donde los desafíos éticos no solo son inevitables, sino que además se presentan con mayor frecuencia y en formas más

sofisticadas.

El escenario empresarial moderno está atravesado por múltiples transformaciones: la globalización de los mercados, la digitalización de los procesos, la automatización del trabajo, el crecimiento exponencial de la información y la diversidad cultural dentro de las organizaciones.

Todo ello configura un entorno altamente competitivo, en el que la presión por obtener resultados rápidos y sostenibles puede chocar con los valores fundamentales que deberían orientar el comportamiento corporativo.

En este contexto, los conflictos éticos han pasado a ocupar un lugar central en el debate sobre la responsabilidad empresarial. Estos conflictos surgen cuando los intereses económicos o personales entran en contradicción con principios éticos como la honestidad, la equidad, la justicia, el respeto por los derechos humanos o el cuidado del medio ambiente.

Aunque en la teoría muchas organizaciones proclaman compromisos éticos claros a través de códigos de conducta, políticas corporativas o declaraciones de misión, en la práctica no siempre se aplican de manera consistente.

Las decisiones que implican dilemas morales suelen estar mediadas por intereses particulares, relaciones de poder, falta de transparencia o vacíos normativos, lo que da lugar a situaciones conflictivas que pueden comprometer la integridad de las organizaciones.

Los conflictos éticos en el ámbito empresarial pueden manifestarse en distintos niveles y áreas. En el departamento de recursos humanos, por ejemplo, pueden surgir decisiones polémicas relacionadas con el trato a los empleados, la discriminación, el acoso laboral o la manipulación de procesos de contratación.

En el área de finanzas, los dilemas se vinculan frecuentemente con el manejo de información confidencial, la evasión fiscal, la manipulación de resultados contables o la corrupción. En marketing, los conflictos pueden girar en torno al uso engañoso de la publicidad, la promoción de productos nocivos o la falta de responsabilidad frente a los consumidores.

Incluso en áreas estratégicas como el comercio exterior, los retos éticos pueden relacionarse con la explotación laboral en cadenas de suministro, el comercio con países que violan derechos humanos o la participación en prácticas desleales de competencia.

Más allá de su impacto inmediato, estos conflictos pueden tener consecuencias de gran alcance. A nivel interno, afectan la moral del personal, generan climas organizacionales tóxicos y provocan pérdida de talento humano valioso. A nivel externo, deterioran la imagen de la empresa, disminuyen la confianza de los consumidores e inversionistas y pueden generar sanciones legales o regulatorias.

Frente a esta realidad, el desarrollo de una cultura ética organizacional sólida se vuelve no solo deseable, sino imprescindible.

Una cultura ética no se limita a la existencia de reglas, sino que implica una verdadera interiorización de valores por parte de todos los miembros de la organización.

Requiere del compromiso de los líderes, de la existencia de estructuras que favorezcan la transparencia, de la educación y formación continua en ética, y de canales efectivos para reportar y gestionar dilemas morales sin temor a represalias.

Solo cuando la ética se integra de manera transversal en todos los niveles de la empresa, es posible prevenir y resolver conflictos de forma justa y coherente.

En este sentido, la ética empresarial no debe entenderse como un conjunto de restricciones o limitaciones a la actividad económica, sino como una herramienta estratégica para la sostenibilidad y la competitividad.

Las empresas que actúan de manera ética generan confianza, fortalecen sus relaciones con los grupos de interés (clientes, empleados, proveedores, comunidades) y se posicionan mejor en el mercado. Además, contribuyen de manera positiva al desarrollo de sociedades más justas, equitativas y respetuosas del entorno.

Este capítulo tiene como propósito profundizar en el fenómeno de los conflictos éticos en el ámbito empresarial, desde una perspectiva teórico-descriptiva.

En primer lugar, se analizarán las causas más frecuentes que dan origen a estos conflictos, considerando tanto factores internos (cultura organizacional, estilo de

liderazgo, estructuras de poder) como externos (entorno regulatorio, exigencias del mercado, presión social). A continuación, se identificarán los espacios dentro de las organizaciones donde los dilemas éticos se presentan con mayor frecuencia, así como los sectores económicos que tienden a enfrentarlos con más intensidad. También se incluirán ejemplos ilustrativos que permitan visualizar cómo se manifiestan en la práctica y cuáles son sus consecuencias.

Finalmente, se presentarán herramientas y estrategias para la prevención y gestión responsable de los conflictos éticos, tales como la implementación de comités de ética, la formación ética del personal, la evaluación de impacto social y el desarrollo de políticas de transparencia.

La intención no es solo ofrecer soluciones técnicas, sino fomentar una reflexión crítica que permita a los futuros profesionales del comercio, la administración y otras áreas afines, actuar con integridad en un mundo empresarial cada vez más desafiante.

Con este análisis se busca contribuir al fortalecimiento de una cultura ética en el ámbito corporativo, entendida como una base sólida para el desarrollo sostenible, la competitividad responsable y la generación de valor compartido. La ética, lejos de ser una carga o un obstáculo, se presenta como una condición necesaria para el éxito genuino y duradero de cualquier organización.

11.3 Metodología

Diseño de investigación

Este capítulo se elaboró mediante un enfoque cualitativo y descriptivo, seleccionado por su idoneidad para comprender fenómenos complejos como los conflictos éticos en contextos organizacionales reales.

Este tipo de enfoque permite una exploración profunda de los significados, causas y consecuencias asociadas a dilemas éticos, los cuales no pueden captarse completamente mediante métodos cuantitativos.

La investigación se sustentó en una revisión documental exhaustiva que incluyó literatura académica especializada, informes empresariales, códigos de ética corporativos, artículos científicos y reportes de organismos internacionales.

Esta estrategia permitió reunir información teórica y práctica desde diversas fuentes, facilitando un análisis integral del tema.

La estructura del capítulo fue diseñada para abordar, en primer lugar, los conceptos fundamentales de ética empresarial; posteriormente, se analizan las causas y los espacios organizacionales donde los conflictos éticos suelen manifestarse, ilustrados con casos concretos. Finalmente, se presentan las consecuencias de estos conflictos y las estrategias para su prevención y gestión, con base en evidencia teórica y aplicada.

Entre las principales ventajas de este enfoque se destacan su capacidad para integrar diferentes perspectivas, contextualizar los problemas éticos dentro de realidades empresariales concretas y facilitar una reflexión crítica.

No obstante, se reconoce como limitación la dificultad para generalizar los hallazgos, así como la necesidad de un análisis riguroso para evitar interpretaciones sesgadas. A pesar de ello, se considera que esta metodología resulta adecuada para los objetivos del capítulo, al proporcionar una visión comprensiva y útil para profesionales y estudiantes del ámbito empresarial.

11.4 Desarrollo

¿Qué es un conflicto ético en el ámbito empresarial?

El término “ética empresarial” surgió en Estados Unidos en los años setenta y se expandió a Europa y Japón en los años ochenta. Debido a las diferencias sociopolíticas y económicas de cada región, el concepto no significaba lo mismo en todas partes.

Lo que en un territorio se consideraba aceptable, en otro podía diferir significativamente.

La ética empresarial se consolidó como una disciplina académica después de que un grupo de filósofos debatiera sobre la “ética en la medicina”. Como disciplina, la ética empresarial estudia la moral relacionada con el desempeño de las empresas y su impacto en la sociedad.

En el año 2000, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) vinculó las cuestiones éticas empresariales a una iniciativa internacional que promueve diez principios universalmente aceptados. Estos principios resaltan la importancia de la integridad y la ética en las relaciones comerciales entre empresas y personas en el

mundo de los negocios.

Un conflicto ético surge cuando una persona se enfrenta a una situación en la que sus principios morales o valores están en desacuerdo con una acción o decisión que debe tomar. Un conflicto legal, por otro lado, se produce cuando una persona o entidad viola las leyes, regulaciones o normas establecidas por la sociedad o el gobierno.

Ejemplos cotidianos de conductas éticas en el mundo de los negocios:

-Actuar conforme a valores como la igualdad, la libertad, el diálogo, el respeto y la solidaridad.

-Transparencia en la comunicación con clientes, empleados e inversionistas.

-Cumplir con las normativas legales y políticas internas de la empresa.

-Promover prácticas de responsabilidad social y cuidado del medio ambiente.

Ejemplos de conductas poco éticas en el mundo de los negocios:

-Manipular información financiera para aparentar mejores resultados ante los inversionistas.

-Ofrecer sobornos o incurrir en actos de corrupción para obtener contratos o beneficios.

-Usar información privilegiada para obtener ganancias

personales en la bolsa.

Causas más comunes de los conflictos éticos

Entre los problemas éticos más frecuentes en las empresas, algunos provienen directamente de la organización, mientras que otros surgen entre los mismos empleados. Los más comunes son los siguientes:

Discriminación y acoso laboral: Se refiere a la exclusión o maltrato basado en raza, género, religión, orientación sexual u otros factores personales. Estos actos deterioran el ambiente laboral y generan graves consecuencias para las personas afectadas y la empresa.

Corrupción y sobornos: Incluyen prácticas como el ofrecimiento de beneficios ilícitos para obtener contratos o favores. Estas acciones afectan directamente la integridad organizacional y la confianza pública.

Manipulación de la información financiera: Consiste en exagerar ingresos, ocultar gastos o falsear datos contables para proyectar una imagen financiera distinta a la real. Esta conducta afecta a inversionistas, empleados y al sistema económico en general.

Explotación laboral y condiciones injustas: Abarca situaciones como salarios bajos, jornadas extensas o condiciones inseguras. Es una práctica lamentablemente común, especialmente en industrias con alta precariedad laboral.

Abuso de poder: Se manifiesta cuando una persona en

una posición jerárquica superior utiliza su cargo para imponer decisiones, favorecer intereses personales o intimidar a otros empleados.

Los conflictos éticos representan un problema complejo que puede generar consecuencias graves en diversas áreas de la sociedad, desde la política hasta el ámbito empresarial y la vida personal. Uno de los principales factores que promueven la falta de ética es la carencia de una formación adecuada en valores y principios morales. Cuando las familias, las escuelas o la sociedad no enseñan ni fomentan los valores éticos desde una edad temprana, las personas tienden a desarrollar una mentalidad que antepone el interés personal al bien común.

Áreas de la empresa donde se presentan con mayor frecuencia

En la actualidad, las empresas no solo generan beneficios económicos; también actúan como actores sociales que influyen profundamente en la vida de las personas, las comunidades y el medio ambiente.

En este contexto, los conflictos éticos se han vuelto una preocupación central, ya que comprometen la integridad de las organizaciones y afectan su sostenibilidad, reputación y legitimidad frente a la sociedad. Estos conflictos aparecen cuando los intereses personales o corporativos entran en conflicto con los principios morales y los valores universales.

Por ello, resulta esencial identificar las áreas empresariales donde estos conflictos ocurren con mayor

frecuencia, para así comprender su naturaleza y fomentar prácticas responsables.

En el área de Recursos Humanos, las relaciones interpersonales y el trato a los empleados reflejan directamente la cultura organizacional. En este ámbito, muchas empresas cometen prácticas como el favoritismo, que otorgan privilegios o ascensos basados en vínculos personales en lugar de méritos objetivos.

Esta conducta desmotiva al equipo y genera desconfianza y resentimiento. Asimismo, algunas organizaciones perpetúan la discriminación por razones de género, edad, raza, orientación sexual o ideología, contradiciendo los principios de igualdad y justicia. También, en muchos casos, los empleados sufren acoso laboral o sexual, lo que lesiona su salud emocional y vulnera sus derechos fundamentales.

Las empresas deben implementar políticas claras, establecer canales de denuncia confidenciales y promover acciones que fomenten una cultura de respeto e inclusión.

En Finanzas y Contabilidad, los directivos y contadores enfrentan constantes presiones para mostrar buenos resultados ante los accionistas.

Esta presión ha llevado a muchas empresas a cometer fraudes financieros mediante la falsificación de documentos, la ocultación de información o la creación de estructuras contables ficticias para engañar a inversores y reguladores.

Además, otras manipulan cifras contables de forma intencionada para aparentar rentabilidad o estabilidad. Estas prácticas pueden provocar quiebras empresariales, despidos masivos y desconfianza en el sistema económico. Para evitar estos conflictos, las organizaciones deben fomentar una ética profesional sólida, contratar auditorías externas rigurosas y consolidar una cultura de transparencia y rendición de cuentas.

El área de Marketing también enfrenta serios dilemas éticos, especialmente cuando las empresas diseñan campañas que utilizan publicidad engañosa. Muchas exageran las características de sus productos, ocultan información importante o emplean mensajes ambiguos que inducen al consumidor a error.

Estas prácticas, además de inmorales, afectan al consumidor y deterioran la imagen de la empresa a largo plazo. Frente a estos desafíos, el marketing ético debe promover la honestidad, la responsabilidad social y el respeto por los derechos del consumidor.

En el área de Operaciones, muchas empresas enfrentan conflictos éticos relacionados con sus procesos productivos. Algunas organizaciones imponen jornadas laborales excesivas, ofrecen sueldos injustos o descuidan la seguridad y salud de sus trabajadores.

Estas prácticas vulneran los derechos laborales básicos y representan un serio problema ético. Además, muchas empresas impactan negativamente en el medio ambiente mediante la explotación intensiva de recursos naturales, la emisión de contaminantes o la gestión deficiente de

residuos. Para actuar de manera responsable, las empresas deben implementar políticas de sostenibilidad, mejorar las condiciones laborales y reducir su huella ecológica a través de una producción consciente.

Finalmente, el comercio internacional presenta conflictos éticos con dimensiones aún más complejas. Algunas empresas incurrir en actos de corrupción al sobornar a funcionarios públicos para obtener contratos o licencias, lo que distorsiona la competencia y perpetúa la desigualdad.

En otros casos, utilizan mano de obra infantil en países en desarrollo, violando los derechos fundamentales de los niños. También, varias compañías practican el dumping, vendiendo productos por debajo de su costo real en mercados extranjeros para eliminar a los competidores locales.

Estos problemas requieren un compromiso ético global, el fortalecimiento de marcos normativos internacionales, sistemas eficaces de control y cadenas de suministro transparentes y justas.

11.5 Casos prácticos

Caso 1: Caso Metástasis – Red de corrupción en el sistema judicial y penitenciario de Ecuador

Entre 2022 y 2024, una investigación de la fiscalía general del Estado reveló la existencia de una red de corrupción dentro del sistema judicial y penitenciario ecuatoriano. Esta red facilitaba la liberación irregular de personas

vinculadas al narcotráfico y otras actividades delictivas a través del pago de sobornos y la manipulación de procesos judiciales.

La investigación surgió tras el asesinato de Leandro Norero, alias "El Patrón", un presunto narcotraficante que operaba desde prisión y tenía conexiones con funcionarios judiciales, fiscales y policiales.

Este fue un claro conflicto ético en el cual funcionarios públicos, encargados de administrar justicia, priorizaron intereses personales y económicos sobre el cumplimiento de la ley, la equidad procesal y la seguridad ciudadana. Se violaron principios fundamentales como la integridad, la imparcialidad y la justicia, pilares esenciales en cualquier Estado de derecho.

El caso se resolvió parcialmente mediante operativos que llevaron a la detención de más de 30 personas, entre ellas jueces, fiscales, policías y autoridades del sistema penitenciario. En octubre de 2024, un juez los llamó a juicio por el delito de delincuencia organizada. Aunque se avanzó en los procesos judiciales, el caso sigue abierto y ha evidenciado la necesidad urgente de reformas estructurales en la justicia y la implementación de mecanismos de control más rigurosos.

Caso 2: Uso indebido de fondos públicos en el Hospital de Los Ceibos (IESS)

En 2020, en plena pandemia de COVID-19, funcionarios del Hospital de Los Ceibos en Guayaquil, gestionado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS),

compraron insumos médicos con sobrepuestos escandalosos. Por ejemplo, adquirieron fundas para cadáveres a un precio hasta 12 veces mayor al real.

Los funcionarios involucrados lucraron con la tragedia sanitaria, desviando fondos que el Estado había destinado para salvar vidas. Con sus acciones, violaron principios éticos fundamentales como la justicia, la integridad y la responsabilidad pública.

Las autoridades iniciaron investigaciones judiciales, destituyeron a varios responsables y procesaron penalmente a algunos de ellos. Aunque algunos funcionarios recibieron condenas, el sistema de corrupción estructural permaneció en gran medida intacto.

Este caso demostró la necesidad de mejorar la fiscalización y la transparencia en los procesos de contratación pública. Además, el sector público debe fortalecer su cultura ética, implementar programas de formación en valores y crear mecanismos de denuncia efectivos y seguros para prevenir estos abusos.

11.6 Resultados

Este estudio identificó las principales consecuencias de no resolver adecuadamente los conflictos éticos en empresas de diversos sectores, así como las áreas donde estos conflictos son más frecuentes y las estrategias utilizadas para su manejo.

Principales causas identificadas

El estudio permitió establecer que las causas más comunes de los conflictos éticos incluyen el interés económico desmedido, la falta de formación en valores, y la existencia de estructuras organizativas que priorizan la eficiencia sobre la integridad. Estos factores, al interactuar, crean un entorno propicio para prácticas como el encubrimiento de irregularidades, la manipulación de información, y la toma de decisiones sin considerar el impacto social o ambiental.

Áreas críticas de aparición: Los conflictos éticos tienden a concentrarse en áreas estratégicas como recursos humanos, adquisiciones y alta gerencia. La revisión de casos y estudios sectoriales evidenció que estas áreas son especialmente vulnerables debido a la toma de decisiones discrecionales, el manejo de información sensible y el acceso a recursos financieros. La ausencia de mecanismos efectivos de control interno y canales de denuncia agrava esta vulnerabilidad.

Consecuencias organizacionales observadas: Los resultados demuestran que el mal manejo de los conflictos éticos genera impactos tangibles en la reputación, la estabilidad interna y la sostenibilidad de las organizaciones. Se identificaron patrones como el deterioro del clima laboral, el aumento de la rotación de personal, la pérdida de confianza por parte de clientes y socios, así como consecuencias legales y financieras.

Estos efectos no solo afectan el desempeño interno, sino que además deterioran la relación de la organización con su entorno, lo cual puede derivar en sanciones, protestas públicas o pérdida de licencias operativas.

Herramientas y estrategias para prevenir y gestionar los conflictos éticos

El análisis realizado evidencia que las organizaciones han adoptado diversas estrategias para prevenir y gestionar conflictos éticos, integrándolas en sus estructuras y culturas internas. Una de las más efectivas ha sido la implementación de códigos de ética claros, accesibles y actualizados, que definen los valores institucionales y orientan el comportamiento del personal.

Además, los comités de ética y los canales de denuncia han resultado fundamentales para abordar irregularidades de forma segura y transparente.

La formación ética continua también ha sido clave. Al incluir dilemas reales, reflexión crítica y retroalimentación constante, las organizaciones han mejorado la toma de decisiones en todos los niveles, especialmente ante nuevos desafíos como la digitalización y la sostenibilidad.

Asimismo, el liderazgo ético ha influido de forma decisiva en el comportamiento organizacional. Cuando los directivos actúan con justicia, empatía y coherencia, promueven una cultura de integridad que se extiende al resto del equipo.

Finalmente, estas estrategias resultan sostenibles cuando se integran a una cultura organizacional basada en valores reales. Las empresas que vinculan sus principios éticos con sus procesos internos y relaciones laborales previenen mejor los conflictos y refuerzan su legitimidad ante la sociedad.



Capítulo XII

El rol del liderazgo ético en la administración y el comercio



Docente de la Universidad de Guayaquil

Bárbara de Lourdes Sambonino García

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Maidely Nayeli Arias Peralta

Johan Daniel Bravo Galarza

María José Gamboa Saraguro

Romina Lissette Torres Alvarado

12.1 Resumen

Esta investigación analiza el liderazgo ético como eje transformador en la administración y el comercio, destacando su influencia en la construcción de culturas organizacionales sostenibles, transparentes y socialmente responsables. Justificada en la necesidad de fortalecer la integridad en entornos corporativos, especialmente en América Latina, su objetivo fue comprender cómo este tipo de liderazgo impacta positivamente el desempeño organizacional. Se empleó una metodología cualitativa de diseño documental, basada en revisión bibliográfica (2019–2024) y análisis de contenido temático. Los resultados identificaron cuatro dimensiones clave: integridad organizacional, clima ético, responsabilidad social y transformación cultural. Se concluye que el liderazgo ético promueve confianza, innovación, retención del talento y mejora de la reputación corporativa, constituyendo no solo una exigencia moral, sino una estrategia eficaz de gestión. Su implementación requiere educación continua, coherencia institucional y compromiso con el desarrollo sostenible.

Palabras clave: liderazgo ético, administración, comercio, responsabilidad social, sostenibilidad.

12.2 Introducción

El liderazgo ético ha emergido como un pilar fundamental en la administración moderna y el comercio internacional, representando la intersección crítica entre la efectividad organizacional y la responsabilidad moral, así como también para la sostenibilidad organizacional en un mundo empresarial marcado por la digitalización acelerada, las demandas de transparencia y la urgencia de cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El liderazgo no solo influye en el clima laboral, sino que actúa como catalizador para la innovación, la resiliencia organizacional y la construcción de relaciones comerciales basadas en la confianza (Leal Paredes, & Arias Ibarra, 2021).

Esta introducción explorará el rol multifacético del liderazgo ético, destacando su impacto en la construcción de confianza, la promoción de culturas organizacionales saludables y la consecución de beneficios a largo plazo basado en la administración y el comercio.

El liderazgo ético se define como el proceso de influir en las actividades de un grupo hacia el logro de objetivos de una manera socialmente responsable.

Esto implica que los líderes no solo persiguen resultados económicos, sino que también actúan con integridad, transparencia y respeto hacia todas las partes interesadas.

Según (Casasola Rivera,2023), el liderazgo ético permite transformar la rutina ordinaria en acciones extraordinarias, al fomentar una cultura organizacional que valora la ética como eje central del comportamiento empresarial.

En este enfoque el liderazgo se caracteriza por la capacidad de influir en otros individuos para lograr objetivos comunes mientras se mantienen estándares éticos elevados, promoviendo un continuo progreso desde una predisposición al cambio creador con una visión compartida que impulsa a las personas hacia metas deseadas.

En el contexto del comercio contemporáneo, el liderazgo ético no solo constituye una responsabilidad social y medioambiental, sino que también representa una oportunidad estratégica para transformar las prácticas comerciales hacia la sostenibilidad.

El principio de liderazgo ético, proclamado por la OCDE, constituye una recomendación fundamental para Estados, empresas y sociedad civil en sus esfuerzos por combatir la corrupción (OCDE, 2020).

Sin embargo, la implementación de un liderazgo ético no está exenta de desafíos.

Algunos estudios, como el de (Casasola Rivera, 2023), advierten que en contextos donde predominan culturas organizacionales rígidas o intereses económicos de corto plazo, los líderes éticos pueden enfrentar resistencias internas, conflictos de interés y presiones que dificultan la aplicación práctica de valores éticos. Además, la falta de coherencia entre el discurso ético y las acciones reales de la alta dirección puede generar desconfianza entre los colaboradores.

Por otro lado, en el dinámico escenario empresarial del siglo XXI, marcado por la transformación digital, la demanda de responsabilidad social y los desafíos globales como el cambio climático, el liderazgo ético ha emergido como un componente esencial para la administración y el comercio sostenibles.

Este enfoque de liderazgo se centra en la toma de decisiones basadas en principios morales, transparencia y

compromiso con el bienestar de los colaboradores y la sociedad en general. Según (Casasola Rivera,2023), los líderes éticos contribuyen de manera significativa a fortalecer la cultura organizacional, promoviendo entornos laborales basados en la confianza, el respeto y la equidad.

La importancia del liderazgo ético en la administración y el comercio radica en su capacidad para generar credibilidad y respeto, tanto para el líder como para la organización.

Un líder ético establece un ejemplo que impregna toda la organización, fomentando una cultura que valora la ética y la responsabilidad social en un ambiente de trabajo positivo donde los empleados se sienten valorados, respetados y seguros para compartir ideas, lo que puede conducir a una mayor productividad, innovación y satisfacción laboral.

En el ámbito del comercio, el liderazgo ético es un componente esencial para construir la lealtad del cliente y mejorar la imagen de marca. Al comportarse y actuar de manera responsable, los líderes éticos pueden mejorar drásticamente la percepción de la marca para los observadores.

En última instancia, la práctica de valores por parte del liderazgo hace que las personas realicen su trabajo mejor, sean más felices y rindan más, generando un clima de cooperación, entendimiento y armonía que busca la calidad como meta constante de perfeccionamiento (Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, 2024). La

presente investigación se propone profundizar en cómo el liderazgo ético, a través de sus principios y prácticas, se convierte en un motor impulsador del desarrollo humano y organizacional integral en el contexto administrativo y comercial, explorando los beneficios tangibles e intangibles que derivan de su implementación

12.3 Metodología

Diseño de investigación

El presente estudio se enmarca dentro de un enfoque cualitativo con un diseño documental y descriptivo, dado que se sustenta en el análisis crítico de fuentes académicas recientes para comprender el papel del liderazgo ético en contextos administrativos y comerciales. El enfoque cualitativo permite interpretar fenómenos sociales en su complejidad, privilegiando la comprensión profunda sobre la medición cuantitativa (Creswell & Poth, 2018).

Además, al tratarse de una revisión teórica sustentada en fuentes secundarias, el diseño documental se justifica plenamente, dado que se pretende construir conocimiento a partir del análisis, interpretación y contrastación de autores clave sobre el liderazgo, la ética organizacional y el desarrollo sostenible.

Técnicas e instrumentos

Se utilizaron técnicas de análisis de contenido aplicadas a literatura académica publicada entre 2019 y 2024, incluyendo artículos científicos, libros especializados y documentos institucionales. La búsqueda se realizó en

bases de datos como Scopus, Web of Science y Google Scholar, priorizando publicaciones indexadas y revisadas por pares. Los criterios de inclusión fueron:

- Publicaciones entre 2019 y 2024.
- Relevancia temática (liderazgo ético, administración, sostenibilidad, responsabilidad social).
 - Perspectiva aplicable a América Latina o entornos globales comparables.

La investigación se estructuró en tres fases:

1. Revisión bibliográfica: identificación y recopilación de fuentes relevantes.
2. Análisis crítico: categorización temática del contenido en torno a liderazgo, ética y gestión responsable.
3. Síntesis teórica: integración de hallazgos para proponer un marco analítico coherente con los objetivos del estudio.

12.4 Desarrollo

Liderazgo ético

El liderazgo ético se refiere a la capacidad de los líderes para tomar decisiones que sean moralmente correctas y estén en línea con los valores y principios fundamentales. Estos líderes se esfuerzan por actuar de manera justa, honesta y transparente, considerando el impacto de sus acciones en los demás y en el entorno. El liderazgo ético se basa en la integridad y la responsabilidad, y busca el

beneficio común en lugar de privilegios personales.

Valores y principios en la toma de decisiones éticas

- **Honestidad y transparencia**

Un líder ético se caracteriza por ser honesto y transparente en todas sus interacciones. Esto implica proporcionar información precisa, comunicarse abiertamente y admitir errores cuando sea necesario. La honestidad y la transparencia generan confianza y fomentan un ambiente de trabajo basado en la integridad.

- **Justicia y equidad**

El líder ético se esfuerza por tomar decisiones justas y equitativas, considerando los derechos y necesidades de todas las partes involucradas. Se evita cualquier forma de discriminación o favoritismo, y se busca garantizar que todas las personas sean tratadas de manera igualitaria.

- **Respeto y empatía**

El líder ético muestra respeto y empatía hacia los demás, reconociendo su dignidad y valor como seres humanos.

Se escucha activamente a los miembros del equipo, se valora su opinión y se consideran sus perspectivas al tomar decisiones. La empatía permite comprender mejor las necesidades y preocupaciones de los demás, promoviendo un ambiente de trabajo inclusivo y colaborativo.

- **Responsabilidad social y ambiental**

El líder ético se preocupa por el impacto de sus decisiones y acciones en la sociedad y el medio ambiente.

Considera las consecuencias a largo plazo y busca soluciones que sean socialmente responsables y sostenibles. Esto implica promover prácticas empresariales éticas, respetar los derechos humanos, contribuir al bienestar de la comunidad y minimizar el impacto negativo en el entorno natural.

Características del liderazgo ético

1. Respeto

El respeto es una piedra angular del liderazgo ético. Los líderes éticos tratan a todos los miembros de su equipo con dignidad y consideración, valorando sus opiniones y fomentando estrategias inclusivas para que cada individuo se sienta valorado y escuchado.

En otras palabras, el respeto como principio del liderazgo ético no solo se trata de cortesía y consideración, sino de una práctica profunda y genuina de reconocimiento de la dignidad y el valor de cada individuo.

Esta práctica fomenta la confianza, la inclusión y el desarrollo personal y profesional dentro de la empresa, contribuyendo a un entorno de trabajo más justo y humano.

2. Honestidad

La honestidad es fundamental para construir confianza.

Un líder ético es transparente en sus acciones y comunicaciones, asegurándose de que sus palabras coincidan con sus hechos.

En este sentido, los líderes que practican la honestidad no temen reconocer sus fallos, ya que entienden que la vulnerabilidad y la autenticidad fortalecen su credibilidad y autoridad moral.

Esta actitud promueve un ambiente de trabajo donde los empleados se sienten seguros para expresarse abiertamente y aprender de sus propios errores, contribuyendo a una cultura organizacional basada en la mejora continua y el respeto mutuo.

3. Responsabilidad

La responsabilidad implica tomar decisiones con plena conciencia de sus consecuencias y estar dispuesto a asumir la culpa cuando las cosas no salen según lo planeado.

Los líderes éticos no solo asumen la responsabilidad de sus propias acciones, sino que también aseguran que su equipo haga lo mismo.

Un líder responsable no solo se preocupa por los resultados, sino también por los medios utilizados para alcanzarlos, asegurándose de que estos sean éticos y beneficiosos para todas las partes involucradas.

La responsabilidad también implica rendir cuentas de manera transparente. Los líderes éticos son abiertos y honestos acerca de sus decisiones y procesos,

proporcionando información clara y accesible a todos los interesados. Esta transparencia fomenta la confianza y el respeto dentro de la compañía y asegura que los líderes sean vistos como dignos de confianza y creíbles.

4. Equidad

La equidad, como principio del liderazgo ético, se refiere a la capacidad de los líderes para tratar a todas las personas con justicia y sin favoritismos, garantizando que todas reciban el mismo respeto y oportunidades.

Un líder equitativo reconoce y valora las diferencias individuales, promoviendo un ambiente inclusivo donde todos se sienten valorados y escuchados.

Esto implica no solo la distribución justa de recursos y beneficios, sino también la implementación de políticas y prácticas que eliminen cualquier forma de discriminación o sesgo.

Al actuar con equidad, los líderes fortalecen la cohesión y la moralidad del equipo, fomentando una cultura organizacional basada en la justicia y la igualdad de oportunidades para todos.

5. Confianza

Un líder ético se compromete a actuar de manera transparente y coherente, asegurando que sus palabras y acciones estén alineadas. Esta coherencia genera un ambiente de previsibilidad y seguridad, donde los empleados se sienten valorados y respetados.

Por otro lado, la confianza también implica una responsabilidad mutua: los líderes confían en sus empleados para que realicen sus tareas con integridad y dedicación, mientras que los empleados confían en sus líderes para que tomen decisiones justas.

Esta relación bidireccional fortalece el compromiso y la lealtad hacia la entidad, reduciendo la rotación de personal y aumentando la motivación del equipo.

6. Igualdad

La igualdad es un principio esencial del liderazgo ético que subyace a la creación de un entorno de trabajo inclusivo y justo.

Un líder ético debe promover y garantizar que todas las personas, sin importar su género, raza, orientación sexual, religión o cualquier otra característica personal, tengan las mismas oportunidades para participar y avanzar dentro de la organización.

Fomentar la igualdad implica no solo cumplir con las normativas y leyes antidiscriminatorias, sino también ir más allá para asegurar que las políticas y prácticas internas reflejen un compromiso real con la equidad.

¿De qué manera afecta el liderazgo ético?

El liderazgo ético genera beneficios tangibles para las organizaciones. Las empresas que eligen este camino destacan tanto por su ambiente laboral como por sus resultados empresariales.

Equipos más unidos

El liderazgo ético puede aumentar un 50% la retención de talento y mejorar en un 70% el compromiso laboral. Estas cifras demuestran su impacto positivo en las organizaciones.

La confianza es fundamental: el 90% de los profesionales la consideran crucial para el éxito del equipo. Los equipos con alta confianza alcanzan un 50% más de eficiencia operativa.

Mayor innovación

Un ambiente ético permite que los empleados se sientan seguros para compartir ideas y proponer soluciones innovadoras, lo que fomenta la creatividad y el crecimiento organizacional.

Reducción de conflictos y crisis

El liderazgo ético contribuye a resolver conflictos de manera justa y transparente, evitando situaciones de corrupción o prácticas empresariales cuestionables que puedan dañar la reputación de la empresa.

Aumento de la productividad

El liderazgo ético impulsa resultados extraordinarios. La comunicación transparente eleva la productividad un 25%. El 77% de los colaboradores rinden mejor en ambientes laborales saludables.

Impacto del liderazgo ético en el desempeño

organizacional

El liderazgo ético tiene un efecto directo en la productividad y el compromiso de los colaboradores.

Los trabajadores que se sienten valorados y respetados por sus líderes están más motivados para realizar sus tareas de manera efectiva y con un alto nivel de compromiso.

La ética en el liderazgo crea un entorno en el que los colaboradores están dispuestos a dar su mejor esfuerzo y a trabajar en equipo para alcanzar los objetivos de la organización. Esta motivación interna se traduce en una mejora en la productividad y en una mayor calidad en el trabajo realizado.

Mejora en la innovación y la creatividad

Cuando los colaboradores trabajan en un ambiente donde se fomenta la ética y el respeto, sienten la libertad de expresar sus ideas sin miedo a ser juzgados o sancionados.

Esta seguridad psicológica, impulsada por un liderazgo ético, es fundamental para la innovación y la creatividad. Los colaboradores que se sienten respaldados por sus líderes tienen una mayor disposición para experimentar, proponer soluciones nuevas y asumir riesgos calculados.

Esto, a su vez, permite que la organización evolucione y se adapte a los cambios del mercado de manera más efectiva.

Reducción de riesgos y mejora de la reputación

corporativa

El liderazgo ético también contribuye a la reducción de riesgos en la organización.

Las decisiones éticas ayudan a evitar prácticas inapropiadas o ilegales que puedan dañar la reputación de la empresa o involucrarla en conflictos legales. Además, una empresa conocida por su liderazgo ético se gana la confianza de clientes, proveedores y otros socios comerciales.

Esta buena reputación mejora la posición de la empresa en el mercado, generando una ventaja competitiva y atrayendo tanto a nuevos clientes como a talentos que desean formar parte de una organización con sólidos principios.

Resultados

El análisis de resultados de esta investigación documental revela patrones significativos en torno al liderazgo ético y su impacto en la administración y el comercio.

A partir de una revisión sistemática de literatura entre 2019 y 2024, se identificaron cuatro dimensiones principales: (1) integridad organizacional, (2) clima ético, (3) sostenibilidad y responsabilidad social, y (4) transformación cultural.

1. Integridad organizacional

La integridad aparece como el valor central del liderazgo ético. Las decisiones de los líderes que actúan con coherencia entre sus valores

y sus acciones generan confianza entre los miembros de la organización (Brown & Treviño, 2020). Según Karam et al. (2023), las empresas que cuentan con líderes éticos logran establecer estándares claros de comportamiento y minimizar las prácticas corruptas, especialmente en entornos institucionalmente débiles como América Latina.

“El liderazgo ético promueve una cultura organizacional basada en la confianza, lo cual disminuye los riesgos reputacionales y legales” (Yukl & Mahsud, 2022, p. 35).

2. Clima ético y desempeño organizacional

El clima ético de una organización se define por la percepción compartida de lo que es aceptable o inaceptable dentro del entorno laboral.

Los líderes éticos modelan conductas morales y refuerzan normas sociales positivas, lo que repercute en una mayor motivación, satisfacción laboral y retención de talento (Mayer et al., 2020). Estudios recientes muestran una correlación directa entre liderazgo ético y reducción del acoso laboral, rotación de personal y conflictos internos (Restrepo & Vélez, 2021).

3. Sostenibilidad y responsabilidad social

Otro hallazgo clave es la vinculación entre liderazgo ético y responsabilidad social corporativa (RSC).

El enfoque ético trasciende la rentabilidad económica para integrar objetivos ambientales y sociales.

Investigaciones en el contexto latinoamericano demuestran que los líderes éticos suelen adoptar prácticas sostenibles en relación con comunidades locales, manejo ambiental y cadenas de valor

responsables (Vázquez & González, 2022). Este tipo de liderazgo favorece el alineamiento de las estrategias organizacionales con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

4. Transformación cultural y educación

Finalmente, se identificó una creciente relación entre liderazgo ético y transformación cultural dentro de las organizaciones.

Esto implica una reconfiguración de valores, normas y formas de autoridad. Diversos estudios enfatizan que la promoción del liderazgo ético requiere no solo cambios estructurales, sino también procesos formativos continuos, tanto en educación superior como en la capacitación interna (Colina et al., 2023).

Tabla 1. Dimensiones del liderazgo ético y su impacto organizacional (2019–2024)

Dimensión	Impacto principal	Fuente principal
Integridad organizacional	Reducción de la corrupción y aumento de la coherencia institucional	Jamali et al., 2018
Clima ético	Mejora del compromiso laboral y disminución de conflictos internos	Mayer et al., 2020
Responsabilidad social	Adopción de prácticas sostenibles alineadas a los ODS	Vázquez & González, 2022
Transformación cultural	Generación de cambios duraderos en valores organizacionales	Colina et al., 2023

12.5 Conclusión

Los hallazgos muestran que el liderazgo ético no es solo un imperativo moral, sino una estrategia efectiva de gobernanza organizacional. La literatura revisada señala que las organizaciones dirigidas por líderes financiero como en legitimidad social (Brown & Treviño, 2020). En el ámbito latinoamericano, donde las instituciones enfrentan desafíos como la desigualdad, la informalidad y la corrupción, el liderazgo ético se convierte en una herramienta transformadora clave para el desarrollo sostenible.

No obstante, se reconoce que el liderazgo ético no surge espontáneamente, sino que debe ser cultivado mediante procesos educativos, regulaciones públicas y mecanismos de rendición de cuentas.

En este sentido, el fortalecimiento de políticas públicas que promuevan la ética en la función administrativa y en la formación profesional es crucial para consolidar modelos de gestión más responsables y justos (Restrepo & Vélez, 2021).

En conclusión, el liderazgo ético es un elemento importante para el éxito de las organizaciones modernas.

Al adoptar valores como la honestidad, respeto, la equidad y la confianza, promueve un entorno laboral justo inclusivo y transparente.

Su impacto se refleja en múltiples dimensiones: fortalece la cohesión de los equipos, incrementa la productividad,

impulsa la innovación y mejora la reputación corporativa.

Además, al fomentar una cultura de integridad, reduce riesgos y conflictos, creando una ventaja competitiva sólida.

En definitiva, el liderazgo ético no solo es deseable desde un punto de vista moral, sino que representa una estrategia eficaz para alcanzar un desempeño organizacional sobresaliente y sostenible.



Capítulo XIII

Transparencia empresarial: clave para la ética y el cumplimiento normativo



Docente de la Universidad de Guayaquil

Delia Alexandra Cevallos Castro

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Milagros María Mise Moreira

Daniela Isabel Santos Coral

Peter Eduardo Mite Zapata

Nohelia Ivanney Alvarado Coello

Josué Steward Sánchez Quimiz

.

13.1 Resumen

Es importante realizar esta investigación porque la transparencia empresarial ayuda a las empresas a anticiparse a encontrar anomalías en sus procesos o incluso a evitar fallas en el cumplimiento de las funciones de los colaboradores. El objetivo de la investigación es analizar la transparencia empresarial bajo el enfoque de la ética y cumplimiento normativo para prevenir actos de corrupción. Usa una metodología cualitativa, que detalla cómo la transparencia, ética y cumplimiento de las normas influyen en la administración de empresas, empleando la revisión documental como método principal. Se encontró que la transparencia empresarial, fundamentada en la ética y el cumplimiento de las regulaciones, se ha establecido como un componente crucial para el progreso sostenible y la prevención de la corrupción en las organizaciones modernas. Como conclusión, se ha planteado que un sólido gobierno empresarial y una comunicación clara con los trabajadores y consumidores fortalecen la confianza y la fidelidad.

Palabras clave: normativa, empresa, ética, comunicación

13.2 Introducción

La década de los noventa marcó el inicio de la transparencia en la administración de empresas en las organizaciones a escala global, otorgándole prevalencia a la divulgación de la información como estrategia de comunicación para los interesados, y de esta manera fortalecer las negociaciones entre empresas.

Más adelante, con el inicio del siglo XXI y las tecnologías emergentes, las compañías no solo pudieron divulgar información, sino también preparar y emitir datos de alta calidad, adecuados para los inversores y accionistas de forma más rápida, a través de sus propios sitios web.

Esto creó seguridad y proporcionó a la gestión empresarial un valor especial proporcionado por la transparencia, que favorece la comunicación entre la organización y terceros. Por lo tanto, la transparencia promueve la evolución de la información corporativa,

con el objetivo de hacerla más comprensible en las relaciones dentro de la organización (Centro Ecuatoriano de Excelencia en Anticorrupción, 2021).

En el contexto global, la ausencia de transparencia se reconoce como un desafío que impacta la competitividad de los países, ya que la falta de transparencia evidencia la corrupción presente en las entidades, ya sean públicas o privadas.

Por ello, la transparencia en las entidades es un asunto de importancia, ya que la corrupción es un factor a tener en cuenta en la competitividad de las naciones y es un espejo de cómo funcionan las instituciones y empresas, tanto públicas como privadas (González et al., 2020).

Además, la transparencia en los negocios se ha establecido como un elemento esencial para el progreso sostenible y moral de las organizaciones en la época contemporánea.

En un mundo en el que la información se propaga sin restricciones y los consumidores se encuentran con el reto de ajustarse a un paradigma en el que la apertura y la honestidad no son simplemente valores añadidos, sino aspiraciones fundamentales de su público (Arredondo et al., 2014).

De hecho, la transparencia en los negocios va más allá de una tendencia, es una exigencia en el entorno empresarial actual que favorece tanto a las compañías como a la sociedad.

La aplicación de prácticas abiertas potencia la reputación, promueve una cultura de confianza y cooperación, y aporta al crecimiento sostenible.

A medida que hay un progreso hacia un futuro más interrelacionado y consciente de los retos sociales y medioambientales, la transparencia se erige como un valor corporativo esencial para liderar con el ejemplo y producir un impacto positivo perdurable (González et al., 2020).

La transparencia se refiere a la falta de corrupción en los intereses que los funcionarios tienen para llevar a cabo sus tareas.

Por otro lado, para Camacho et al. (2013) la transparencia implica hacer públicos datos que en otras circunstancias quedarían ocultos, este concepto además refuerza que la transparencia implica que la

información es accesible para el público en general, a excepción de aquellos datos que son obtenidos por entidades privadas, como las patentes y la propiedad intelectual.

La selección del tema transparencia empresarial: clave para la ética y el cumplimiento normativo se basa en la importancia estratégica y social que ha ganado la transparencia en el entorno moderno de los negocios.

Por ello, es fundamental abordar este tema por las siguientes razones: en un ambiente corporativo cada vez más regulado y complicado, la transparencia se convierte en un componente esencial para establecer sistemas eficaces de cumplimiento de normativas.

Facilita la identificación, evaluación y administración de los riesgos legales y regulatorios, garantizando que la compañía se adhiera a las leyes, normativas y normas éticas pertinentes. Además, la transparencia permite la identificación precoz de posibles anomalías, evitando penalizaciones, estafas y perjuicios de la reputación.

Por otro lado, un ambiente transparente promueve la circulación de datos confiables y al día, lo que optimiza la toma de decisiones en todos los estratos de la organización.

Además, la claridad promueve la eficacia del mercado de capitales, dado que los inversores pueden tomar decisiones más fundamentadas y se aumenta la disponibilidad de recursos para compañías abiertas y sinceras.

Por ende, las compañías transparentes se ajustan con mayor rapidez a las variaciones del mercado y a las tendencias de consumo, detectando oportunidades de perfeccionamiento e innovación continua.

La transparencia también fomenta la competencia, dado que facilita la identificación de buenas prácticas y áreas lucrativas, incrementando así los estándares de la industria (Paredes, 2023).

No solo es una exigencia moral la transparencia, sino también un mecanismo de responsabilidad ante la sociedad y los grupos de interés.

Facilita que las compañías manifiesten su dedicación hacia la responsabilidad social, los derechos humanos y las buenas prácticas

en el trabajo, aportando a un ambiente de negocios más equitativo y sostenible.

El objetivo de la presente investigación consiste en analizar la transparencia empresarial bajo el enfoque de la ética y Cumplimiento Normativo para prevenir actos de corrupción (Paredes, 2023).

13.3 Metodología

Diseño de investigación

La presente investigación será del tipo cualitativo debido a que empleará información cualitativa acerca de la transparencia empresarial, con el objetivo de entender en detalle cómo las prácticas de ética y cumplimiento normativo impactan en la transparencia de los negocios.

Además, será cualitativo porque se dará prioridad al análisis de documentos, vivencias, percepciones y prácticas de negocio vinculadas a la ética, la transparencia y la observancia de normas, con el objetivo de entender los significados y procedimientos que respaldan estas acciones en las organizaciones.

El tipo de investigación será exploratoria ya que pretende entender y analizar a fondo el fenómeno de la transparencia en los negocios, la ética y el cumplimiento de normativas en entornos donde puede existir escasa información organizada o investigaciones anteriores específicas.

Además, será del tipo descriptivo porque busca especificar las particularidades, prácticas y consecuencias de la transparencia y el acatamiento de normativas en las compañías, además de reconocer las maneras en que estas ayudan a evitar actos de corrupción.

La técnica de investigación será revisión documental porque se realizará un estudio detallado de documentos pertinentes como códigos de ética, políticas de transparencia, programas de acatamiento de normas, informes de la empresa y regulaciones legales pertinentes.

Esta metodología facilitará la identificación de las pautas, procedimientos y resultados vinculados a la transparencia y la ética corporativa, además de identificar buenas prácticas y áreas de mejora.

Y como fuente primaria se realizarán encuestas a representantes de diferentes empresas para conocer su punto de vista acerca de la transparencia y el cumplimiento normativo en su organización. Se emplearán cinco preguntas de investigación abiertas, el propósito de estas preguntas es medir el grado de compromiso, ejecución y percepción que las empresas de Ecuador tienen respecto a la transparencia como instrumento esencial para fomentar una cultura ética, acatar las regulaciones actuales y consolidar la confianza con sus grupos de interés (stakeholders).

En el escenario ecuatoriano, donde todavía persisten retos en términos de ética empresarial, combate a la corrupción y acatamiento de normativas, es crucial reconocer cómo las compañías están incorporando mecanismos de transparencia en sus procedimientos.

Estas encuestas posibilitan entender si las políticas se encuentran institucionalizadas o si simplemente se rigen por presiones externas como auditorías, normativas o expectativas sociales. Las preguntas fueron las siguientes:

1. ¿Qué políticas internas ha implementado su empresa para asegurar la transparencia en sus operaciones?
2. ¿Cómo se asegura su empresa de que los colaboradores, principalmente los directivos, actúen de acuerdo con principios éticos y legales?
3. ¿Qué importancia tiene el cumplimiento normativo en la toma de decisiones estratégicas dentro de su empresa?
4. ¿Su empresa realiza reportes o informes públicos sobre sostenibilidad, ética o cumplimiento? Si es así, ¿cómo se garantiza su veracidad y accesibilidad?
5. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta su empresa en Ecuador para mantener una cultura organizacional transparente y ética?

Representante 1: Empresa CNEL

1. ¿Qué políticas internas ha implementado su empresa para asegurar la transparencia en sus operaciones?
Hemos establecido un código ético obligatorio, auditorías internas trimestrales y un sistema de supervisión de

- adquisiciones públicas conforme al estándar SERCOP. Además, disponemos de una unidad de aplicación de normas.
2. ¿Cómo se asegura su empresa de que los colaboradores, principalmente los directivos, actúen de acuerdo con principios éticos y legales?
Nuestros líderes son formados anualmente en ética pública, normativas anticorrupción y procesos de contratación transparentes. Hay una declaración firme de bienes y disputas de interés.
 3. ¿Qué importancia tiene el cumplimiento normativo en la toma de decisiones estratégicas dentro de su empresa?
La importancia de las regulaciones es una prioridad. Cada estrategia debe contar con la aprobación de la unidad legal y de cumplimiento. Nos rigen normativas nacionales y estándares ISO.
 4. ¿Su empresa realiza reportes o informes públicos sobre sostenibilidad, ética o cumplimiento? Si es así, ¿cómo se garantiza su veracidad y accesibilidad?
Claro, cada año emitimos reportes de sostenibilidad y administración, accesibles en nuestra página web. Estos son auditados y comprobados por entidades internacionales.
 5. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta su empresa en Ecuador para mantener una cultura organizacional transparente y ética?
El desafío principal consiste en enfrentar presiones políticas y preservar la autonomía técnica ante decisiones externas que podrían transgredir la ética o los procedimientos jurídicos.

Representante 2: Empresa Herencia Manabita

1. ¿Qué políticas internas ha implementado su empresa para asegurar la transparencia en sus operaciones?
Implementamos una estrategia de claridad en nuestras relaciones con proveedores y clientes, con acuerdos transparentes, revisiones financieras semestrales y formación en manipulación auténtica de alimentos.

2. ¿Cómo se asegura su empresa de que los colaboradores, principalmente los directivos, actúen de acuerdo con principios éticos y legales?
Disponemos de un comité de ética que examina casos reportados por el canal interno de reclamos. Además, al comienzo de cada año fiscal, nuestros directivos desarrollan un convenio de buenas prácticas.
3. ¿Qué importancia tiene el cumplimiento normativo en la toma de decisiones estratégicas dentro de su empresa?
Es esencial, nos comprometemos a que cualquier inversión o asociación se adhiera a las regulaciones de seguridad, etiquetado y a las normativas del ARCOSA y SRI.
4. ¿Su empresa realiza reportes o informes públicos sobre sostenibilidad, ética o cumplimiento? Si es así, ¿cómo se garantiza su veracidad y accesibilidad?
No elaboramos reportes públicos oficiales, pero divulgamos nuestros compromisos éticos y medioambientales mediante boletines a nuestros clientes y plataformas sociales.
5. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta su empresa en Ecuador para mantener una cultura organizacional transparente y ética?
Un desafío significativo es la informalidad del ambiente y la competencia injusta, que impacta la motivación para realizar las tareas de manera adecuada y transparente.

Representante 3: Empresa EC solutions

1. ¿Qué políticas internas ha implementado su empresa para asegurar la transparencia en sus operaciones?
Nuestra estrategia es "diseño transparente". Utilizamos programas de seguimiento para cada proyecto, y organizamos encuentros mensuales en los que todos los trabajadores analizan los indicadores de rendimiento.
2. ¿Cómo se asegura su empresa de que los colaboradores, principalmente los directivos, actúen de acuerdo con principios éticos y legales?
Implementamos el principio de responsabilidad: cada líder tiene la responsabilidad de sus propias decisiones. Además,

- fomentamos una cultura de apertura en la que cualquier empleado pueda poner en duda decisiones.
3. ¿Qué importancia tiene el cumplimiento normativo en la toma de decisiones estratégicas dentro de su empresa?
En nuestra industria, es crucial el acatamiento de las regulaciones en materia de propiedad intelectual, salvaguarda de datos e impuestos. Nos consultamos de manera constante con especialistas en derecho.
 4. ¿Su empresa realiza reportes o informes públicos sobre sostenibilidad, ética o cumplimiento? Si es así, ¿cómo se garantiza su veracidad y accesibilidad?
Claro, emitimos informes semestrales sobre el impacto social y la conformidad con normativas de protección de datos. Se encuentran disponibles en internet y han sido auditados por un tercero.
 5. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta su empresa en Ecuador para mantener una cultura organizacional transparente y ética?
El desafío principal radica en la ausencia de claridad regulatoria para tecnologías emergentes, lo que provoca vacíos éticos que necesitamos prever y autorregular de manera proactiva.

Representante 4: Empresa Banco Pichincha

1. ¿Qué políticas internas ha implementado su empresa para asegurar la transparencia en sus operaciones?
Disponemos de un manual de transparencia avalado por la Superintendencia, el cual norma los procedimientos de crédito, la valoración de riesgos y la relación con asociados. Todo está en formato digital.
2. ¿Cómo se asegura su empresa de que los colaboradores, principalmente los directivos, actúen de acuerdo con principios éticos y legales?
Nuestros líderes son objeto de evaluación por su rendimiento ético y operativo. Además, hay una unidad de cumplimiento que informa de manera directa al Consejo Administrativo.

3. ¿Qué importancia tiene el cumplimiento normativo en la toma de decisiones estratégicas dentro de su empresa?
Elevada. Cada estrategia se encuentra en consonancia con las regulaciones de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) y con los principios de ética en el sector bancario.
4. ¿Su empresa realiza reportes o informes públicos sobre sostenibilidad, ética o cumplimiento? Si es así, ¿cómo se garantiza su veracidad y accesibilidad?
Claro, proporcionamos reportes anuales financieros, sociales y de cumplimiento, accesibles para nuestros asociados en reuniones y en nuestra página web. La revisión externa garantiza la autenticidad.
5. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta su empresa en Ecuador para mantener una cultura organizacional transparente y ética?
El desafío es equilibrar el cumplimiento normativo con la inclusión financiera: en ocasiones, la normativa es tan rigurosa que restringe el acceso a servicios para determinados sectores en situación de vulnerabilidad.

Representante 5: Empresa Ritofa

1. ¿Qué políticas internas ha implementado su empresa para asegurar la transparencia en sus operaciones?
Hemos implementado un sistema interno de cumplimiento que abarca la supervisión de licitaciones, seguimiento de materiales y claridad en los acuerdos con el Estado.
2. ¿Cómo se asegura su empresa de que los colaboradores, principalmente los directivos, actúen de acuerdo con principios éticos y legales?
La dirección superior posee un código de ética específico y se ve regularmente evaluada por auditores externos. Adicionalmente, se promueve el reporte de conflictos de interés.
3. ¿Qué importancia tiene el cumplimiento normativo en la toma de decisiones estratégicas dentro de su empresa?

Sin acatamiento de las regulaciones no existe negocio: todas nuestras licencias, certificaciones ambientales y permisos se basan en adherirnos al marco legal.

4. ¿Su empresa realiza reportes o informes públicos sobre sostenibilidad, ética o cumplimiento? Si es así, ¿cómo se garantiza su veracidad y accesibilidad?

Claro, cada año emitimos un reporte sobre sostenibilidad y ética corporativa. Contratamos empresas de auditoría para verificar datos y lo propagamos a través de nuestro sitio web y medios de comunicación aliados.

5. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta su empresa en Ecuador para mantener una cultura organizacional transparente y ética?

Lo más complicado es confrontar la imagen pública adversa del sector debido a escándalos de corrupción anteriores. Es un trabajo incesante y susceptible recuperar la confianza.

13.4 Desarrollo

¿Qué es la transparencia empresarial y por qué importante?

La transparencia juega un papel crucial en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ya que permite a las compañías demostrar su dedicación a la ética y la sostenibilidad.

Hoy en día, varios participantes como consumidores, inversores, empleados, la sociedad en su conjunto y otros interesados, demandan que las prácticas y actitudes corporativas se basen en comportamientos éticos, descartando aquellos comportamientos que se consideran inmorales.

La conexión entre la responsabilidad social y la ética corporativa con las dinámicas económicas actuales y venideras sugiere que el comportamiento ético-empresarial debe incorporarse de forma positiva en la promoción de la eficiencia y competitividad de las empresas en su ambiente de negocios (Hernández et al., 2024).

La transparencia se convierte en un pilar fundamental en la formación de vínculos de confianza con los diferentes grupos de interés, lo que es crucial para la viabilidad a largo plazo de las organizaciones.

En otras palabras, las compañías que adoptan una actitud proactiva hacia la transparencia no solo consolidan su reputación y legitimidad, sino que también potencian su habilidad para captar y mantener talento, garantizar la fidelidad de clientes y empleados, además de promover la estabilidad financiera y el desarrollo sostenible.

Por lo tanto, la transparencia en la administración de la Responsabilidad Social Corporativa no solo constituye un imperativo moral, sino también un instrumento estratégico esencial para robustecer la imagen de las empresas, fomentar la confianza de sus grupos de interés y crear valor compartido a largo plazo.

Por lo tanto, la transparencia no solo es un requisito agradable, sino también un deber ético y estratégico para las compañías que buscan sobrevivir en un ambiente de negocios cada vez más riguroso y variable.

Sin embargo, a pesar de su importancia, la información que las empresas proporcionan sobre sostenibilidad y buen gobierno a menudo se vincula más a estrategias de mercadotecnia, relaciones públicas o manejo de la imagen, más que un verdadero proceso de rendición de cuentas (Acuña & Carranza, 2023).

En la época digital de la información y la comunicación inmediata, las compañías deben tener en cuenta la relevancia de crear vías de comunicación eficaces con sus interesados, fomentando la transparencia y la responsabilidad en todas sus interacciones. Únicamente mediante un diálogo sincero se puede edificar una reputación fuerte fundamentada en la confianza y la dedicación hacia la sociedad.

Una comunicación clara y consistente ayuda a fortalecer una cultura corporativa robusta, enfocada en la sostenibilidad y el bienestar general de la sociedad (Acuña & Carranza, 2023).

En el ámbito económico, el término transparencia se refiere a la apertura y claridad con las que las compañías deben proceder en sus actividades.

Desde la época de Adam Smith y su concepto de la mano invisible del mercado, se ha destacado la relevancia de que las operaciones de comercio se realicen de forma equitativa y libre. No obstante, a veces,

esa mano imperceptible puede ser suplantada por intereses difusos que alteran el funcionamiento del mercado y llevan a resultados desfavorables (Acuña & Carranza, 2023).

Dentro del contexto de la Responsabilidad Social Corporativa, la transparencia financiera se transforma en un componente esencial para asegurar la confianza de los grupos de interés en las actividades de las compañías.

La claridad en el mercado, en los participantes y en las acciones realizadas, es crucial para evitar comportamientos fraudulentos y fomentar la equidad y la sostenibilidad en la economía.

La transparencia se establece como un pilar esencial en la implementación de la Responsabilidad Social Corporativa, ayudando a robustecer la credibilidad de las compañías y a promover vínculos más fuertes con sus distintos interesados. Únicamente mediante una administración ética y transparente, las organizaciones podrán lograr resultados gratificantes y sostenibles a largo plazo (Acuña & Carranza, 2023).

¿Ética y legalidad: ¿es lo mismo cumplir que actuar bien?

Se puede decir que no es lo mismo, ya que acatar la ley y comportarse correctamente no son precisamente lo mismo, aunque tienen una relación.

El cumplimiento normativo implica que una compañía o persona respete y cumpla con las normativas y leyes en vigor para prevenir penalizaciones legales.

Es una exigencia obligatoria que garantiza que las actividades se lleven a cabo dentro del marco legal vigente (Organización de las Naciones Unidas, 2019).

En cambio, la ética trasciende la ley. Se fundamenta en principios, valores y criterios morales que orientan la conducta para actuar correctamente, incluso en circunstancias donde la legislación no establece reglas específicas.

La ética conlleva comportarse con honradez, responsabilidad y respeto, y puede abarcar tomar decisiones que excedan lo que la legislación requiere (Organización de las Naciones Unidas, 2019).

Por ejemplo, la legalidad implica acatar las reglas legales dictadas por un Estado, mientras que la ética tiene que ver con principios morales que orientan el comportamiento humano hacia lo justo y adecuado.

Por lo tanto, un individuo puede acatar la ley por obligación o conveniencia, sin que su comportamiento necesariamente sea ético. Igualmente, una persona puede comportarse éticamente violando una ley injusta. Hay comportamientos jurídicos que son éticamente dudosos, como la elusión de impuestos o el trato despectivo hacia los trabajadores dentro de las restricciones legales. Además, existen comportamientos moralmente adecuados que transgreden reglas injustas, como manifestar en regímenes autoritarios (Ronquillo, 2018).

Cumplimiento normativo como parte del comportamiento ético

El moldeado y evolución cultural implica impactar en las convicciones, posturas y patrones de comportamiento profundamente enraizados. Primero, es imprescindible incentivar a las personas, impactando sus sistemas de convicciones, de manera que el cambio sea un asunto de convicción personal en vez de un impuesto.

Simultáneamente, es necesario promover la acción, validando nuevas maneras de actuar o comportarse, y garantizando que estas perduren a lo largo del tiempo, incluso tras la puesta en marcha de un programa de cumplimiento.

A pesar de que no se puede proporcionar una solución única que opere de forma automática y sea universal en todos los escenarios, es posible exponer algunos principios generales que han sido reconocidos y que pueden funcionar como directrices útiles para la administración ética en las organizaciones y la puesta en marcha de programas de cumplimiento (Martínez, 2019).

El acatamiento de normativas es un componente crucial del comportamiento ético en las organizaciones, pues conlleva la adherencia rigurosa a leyes, normativas y estándares destinados a evitar fraudes, actos de corrupción y otras conductas dañinas tanto para la entidad como para la sociedad en su conjunto.

No obstante, la ética corporativa trasciende el acatamiento de la legislación, ya que se fundamenta en principios y valores éticos que

orientan las decisiones cotidianas, fomentando la integridad, la responsabilidad y la transparencia.

En este contexto, el acatamiento de las normas representa la mínima obligación para que una compañía se comporte dentro del marco legal, mientras que la ética corporativa simboliza un compromiso voluntario que motiva a la organización a comportarse de manera adecuada incluso si la ley no lo requiere de manera explícita (Serrano, 2022).

Por esta razón, el acatamiento de las normas debe interpretarse como un elemento esencial del comportamiento ético, pues asegura que la compañía no solo se proteja de penalizaciones jurídicas, sino que también forje una reputación fuerte fundamentada en valores éticos que fomenten la equidad social y la sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, una cultura empresarial que incorpora ética y cumplimiento garantiza que las acciones y decisiones corporativas sean responsables, claras y en concordancia con los intereses de todos sus grupos de interés (Serrano, 2022).

Buenas prácticas de transparencia en finanzas y operaciones

Las prácticas adecuadas de transparencia financiera y operativa son esenciales para consolidar la confianza de los grupos de interés, evitar acciones corruptas y optimizar la administración de empresas.

Entre las más importantes se incluyen: presentación precisa y puntual de datos financieros porque al publicar con regularidad reportes financieros exactos, fácilmente accesibles y entendibles para accionistas, inversores y otros interesados, empleando plataformas digitales que permitan el acceso en tiempo real (Vaicilla & al, 2020).

El establecimiento de controles internos estrictos, ya que al implementar sistemas de auditoría interna y externa que garanticen la autenticidad de los registros contables y la adecuada implementación de regulaciones fiscales y jurídicas, disminuyendo la posibilidad de fraudes y fallos.

Además de la emisión de datos acerca de la estructura y el gobierno corporativo: Comunicar acerca de la formación de entidades administrativas, roles, políticas de transparencia y resultados de administración, para simplificar la responsabilidad y la correcta supervisión (Vaicilla & al, 2020).

Así como la implementación de tecnología para una administración transparente, al incluir instrumentos digitales para el monitoreo, estudio y reporte del rendimiento financiero y operativo, incrementando la exactitud, la predictibilidad y la toma de decisiones estratégicas. (Vaicilla & al, 2020)

El rol del gobierno corporativo en la transparencia

El gobierno corporativo hace referencia al conjunto de normas, prácticas y procedimientos a través de los cuales una compañía es gestionada y supervisada.

Su meta principal es balancear los intereses de los distintos interesados de la compañía, tales como accionistas, directivos, clientes, trabajadores y proveedores, asegurando de esta manera una administración eficaz y transparente (Bedford, 2023).

La transparencia es uno de los elementos clave para un adecuado gobierno corporativo.

En Ecuador, un país donde la confianza en las instituciones es esencial, la claridad en las operaciones y decisiones corporativas es esencial para construir vínculos fuertes con los clientes, inversores y otros actores involucrados.

Un gobierno corporativo robusto garantiza que se divulgue de forma clara y exacta la información financiera y operativa, lo cual favorece la creación de confianza y credibilidad en el mercado (Bedford, 2023).

Cómo evitar la corrupción dentro de la empresa

La corrupción se define como la asociación de una compañía con actos corruptos puede generar efectos perjudiciales para ella y sus empleados; estas repercusiones son las que se deben prevenir cuando se trata de manejar el riesgo de corrupción.

El riesgo de corrupción se refiere a la posibilidad de que la compañía sufra un daño o perjuicio, debido a su relación directa o indirecta, tangible o no, con actos corruptos realizados o propiciados por acciones u omisiones de alguno de sus socios, representantes, directores, administradores, colaboradores, empleados o contratistas de cualquier nivel (Martínez, 2019).

El efecto son las repercusiones que surgen de la concretización del peligro de corrupción. La concretización del peligro de corrupción, mediante la ejecución de cualquier riesgo vinculado, repercute de manera adversa en el desempeño de cualquier compañía privada. Examinemos las más significativas:

Las compañías que registran sus marcas suelen hacerlo con el objetivo de valorarlas como un bien intangible en sus estados financieros, y si ocurren cualquiera de estos riesgos, su marca se desvaloriza. Disminución de vínculos comerciales debido a un rechazo de otras compañías nacionales o internacionales. Esto sucede prácticamente de inmediato, el primer impacto se produce en las relaciones de negocio, usualmente con las instituciones financieras (Martínez, 2019).

La comunidad de negocios necesita colaborar para potenciar los esfuerzos y respaldar las acciones para luchar contra la corrupción, enfatizar la transparencia y sensibilizar acerca de los problemas que surgen de prácticas de negocios incorrectas.

La implementación de prácticas empresariales es un factor crucial para fomentar una cultura de ética en las empresas. Por ende, las empresas deben detectar comportamientos ilegales e implementar controles para luchar contra estos, además de implementar acciones para atenuar o rectificar posibles perjuicios que surjan de acciones corruptas (Cámara de Comercio de Quito, 2021).

Entre estas políticas se puede mencionar que es preferible no ofrecer, prometer o proporcionar pagos injustos u otros tipos de beneficios injustos a funcionarios públicos y, en general, a terceros, con el fin de conseguir o conservar negocios o cualquier otro tipo de ventaja injusta, tanto para ellos mismos como para terceros.

Además, elaborar e implementar controles internos apropiados, programas o acciones de ética y cumplimiento para prevenir e identificar el cohecho u otras conductas corruptas, elaborar en los fundamentos riesgos de evaluación enfocados en situaciones específicas de la empresa, especialmente los riesgos de corrupción a los que se enfrenta (Cámara de Comercio de Quito, 2021).

Así como garantizar procesos de debida diligencia documentados relacionados con la contratación de agentes, proveedores y socios empresariales, así como las omisiones apropiadas y habituales de los

agentes, proveedores y socios empresariales, y que la remuneración sea adecuada y constante; y aumentar la claridad en sus acciones vinculadas con la lucha contra la corrupción, la petición de sobornos y la coacción (Cámara de Comercio de Quito, 2021).

Otro autor indica que entre las principales estrategias para evitar la corrupción en las empresas, se encuentran: la puesta en marcha de códigos de ética y comportamiento al definir reglas claras que establezcan conductas permitidas y penalizaciones para las violaciones contribuye a formar una cultura organizacional fundamentada en valores éticos, el refuerzo de los sistemas de control interno al elaborar y poner en práctica procedimientos que posibiliten identificar y evitar anomalías en las actividades cotidianas de la compañía (Haro, 2021).

También, la formación constante para el personal al instruir a los trabajadores acerca de la relevancia de la ética y las repercusiones de la corrupción promueve un entorno de responsabilidad y claridad; así mismo, la dirección superior debe guiar por ejemplo, evidenciando un compromiso auténtico con la ética y la claridad en todas sus acciones; y ofrecer herramientas para que los empleados realicen un reporte sobre las conductas inapropiadas sin que tengan temor a represalias, lo cual es importante para determinar y abordar los problemas con anticipación (Haro, 2021).

La comunicación transparente con empleados y clientes

La comunicación transparente se conoce como el procedimiento de divulgar información de forma transparente, sincera, puntual y completa, sin esconder información pertinente y promoviendo el diálogo abierto. Significa consistencia entre lo que se pronuncia y lo que se realiza.

Entre los beneficios de una comunicación transparente con los empleados, se encuentran: mayor dedicación y estímulo porque los trabajadores se perciben apreciados y como un componente del proceso, ambiente de trabajo más favorable al minimizar rumores y confusiones; incremento en la eficiencia productiva al entender con mayor profundidad los objetivos y las decisiones; y que se promueve la transformación organizacional porque se reduce la resistencia frente al cambio (Arredondo et al., 2014).

La ausencia de transparencia se manifiesta cuando se emplea o se eleva a familiares o amigos, sin tener en cuenta el criterio del rendimiento alcanzado, el método para abordar este problema de falta de transparencia es adherirse al principio de mantener una distancia saludable.

Es comprendido que cuando la presencia cercana de alguien influye en la toma de decisiones, es crucial mantener la transparencia, conservar una distancia adecuada y evitar ser afectado, dado que una decisión debe ser equitativa, imparcial y transparente (Arredondo et al., 2014).

La compañía consigue la confianza de sus empleados y de quienes se relacionan con el exterior, debido a las vivencias claras y transparentes que han tenido.

Además, para mantener una comunicación transparente con los clientes se necesita de un lenguaje sencillo y claro, establecer canales abiertos con los clientes e informar de manera oportuna sobre los cambios organizacionales realizados (Arredondo et al., 2014).

Auditorías éticas y su impacto en la confianza

El auditor tiene un gran deber al emitir un dictamen sin llevar a cabo un análisis minucioso de los datos suministrados por la entidad. Al proporcionar informes parciales, puede dañar a los usuarios y propiciar fraudes tributarios o reportar de forma errónea sobre operaciones atípicas que podrían ser sospechosas de lavado de dinero o financiación de entidades terroristas.

Además, asume una obligación profesional al infringir las normas éticas, y las penalizaciones fluctúan dependiendo de la jurisdicción, desde advertencias hasta la anulación del permiso para practicar. Si el auditor emitiera un veredicto erróneo, podría enfrentarse a procedimientos legales por perjuicios provocados a los usuarios de la información.

Su obligación es civil, y tiene la obligación de compensar y reparar los daños ocasionados. Estas obligaciones pueden ser de tipo contractual o extracontractual, en función de la relación con la compañía auditada.

La responsabilidad civil contractual hace referencia a la violación de las reglas establecidas en el acuerdo, en cambio, la responsabilidad civil extracontractual implica perjuicios ocasionados a terceros sin un contrato directo (Paredes, 2023).

La auditoría ética es un procedimiento ordenado que mide el nivel de adherencia de una organización a principios y normas éticas definidas, centrándose en la administración ética, el ambiente organizacional y la incorporación de estos valores en los sistemas de control y gobernabilidad. En contraste con las auditorías financieras, el objetivo de la auditoría ética no es identificar fraudes concretos, sino potenciar la cultura de ética y el comportamiento responsable dentro de la entidad (Calle et al., 2023).

El llevar a cabo auditorías éticas ayuda a incrementar la confianza de empleados, clientes, inversores y otros grupos de interés, dado que ofrece una transparencia comprobable acerca del compromiso de la compañía con la ética y la responsabilidad social.

Estas auditorías, al ser valoradas por entidades externas, confieren fiabilidad a las afirmaciones de la organización y fortalecen su prestigiosa (Calle et al., 2023).

El uso responsable de la información interna y externa

La utilización responsable de los datos internos y externos en las empresas requiere de la implementación de principios éticos que garanticen la protección, la privacidad y la transparencia en la gestión de la información, ya sea personal o corporativa.

Para conseguir una gestión responsable, es esencial establecer políticas internas claras que determinen quién tiene acceso a la información y bajo qué circunstancias, garantizando que únicamente el personal autorizado administre datos delicados.

Además, es necesario utilizar recursos tecnológicos como programas y equipos de almacenamiento seguros, así como protocolos de seguridad informática que eviten accesos indebidos y eventuales ataques informáticos (Alvarado et al., 2017).

Entre los principios para usar de manera responsable la información se encuentran el permiso informado, es necesario que las personas

estén conscientes y acepten de manera libre la recopilación y uso de sus datos, comprendiendo claramente para qué se utilizarán.

El objetivo legítimo y restringido porque los datos deben recolectarse y utilizarse únicamente para propósitos concretos y declarados, previniendo usos no permitidos o comerciales inmorales (Alvarado et al., 2017).

Además, es necesario pedir solo la información imprescindible para el objetivo establecido por la empresa, minimizando la exposición a riesgos superfluos. Y principalmente, debe existir claridad en los datos porque las entidades deben comunicar de forma clara y comprensible sus procedimientos de recopilación, almacenamiento, análisis y difusión de datos, incluyendo la utilización de tecnologías como algoritmos o inteligencia artificial (Alvarado et al., 2017).

Casos de falta de transparencia y sus consecuencias

La falta de claridad en las compañías ha generado serias repercusiones económicas y de imagen, impactando la confianza de consumidores, inversores y trabajadores. Algunos ejemplos representativos que demuestran estos efectos son:

Caso Volkswagen acerca de la manipulación de emisiones

Volkswagen implementó programas informáticos en sus coches diésel para simular las pruebas de emisiones contaminantes y acatar las normativas medioambientales.

Esta acción, denominada "Dieselgate", fue monitoreada y supervisada por directivos de alto nivel, entre ellos el CEO Martin Winterkorn, quienes escondieron de manera deliberada la información tanto a las autoridades como al público.

El descubrimiento del fraude generó multas de millones de dólares, grandes pérdidas económicas, un perjuicio grave a la reputación de la marca y un efecto adverso en el sector automovilístico mundial. La ausencia de transparencia mostró una cultura empresarial que daba más importancia a la rentabilidad que a la ética y la legalidad (Psico smart, 2024).

Caso Eron sobre un fraude contable

Enron empleó entidades de propósito especial para esconder miles de millones en deudas y alterar sus estados financieros, simulando ganancias cuando en realidad experimentaba pérdidas.

La ineficiencia y la avaricia de sus dirigentes provocaron la insolvencia de la compañía, la desaparición de miles de puestos de trabajo y una crisis de confianza en el sector energético y financiero.

Este caso motivó modificaciones normativas en Estados Unidos para potenciar la vigilancia financiera (Psico smart, 2024).

Wells Fargo sobre unas cuentas falsas

Miles de trabajadores establecieron millones de cuentas bancarias y tarjetas de crédito sin el permiso de los clientes, bajo la presión de las tasas de ventas.

La actividad fraudulenta perjudicó la confianza de los clientes, originó sanciones de millones y desencadenó la partida de altos directivos. La compañía se topó con exigencias y limitaciones regulatorias que restringieron su expansión.

Este caso demostró la relevancia de una cultura de ética y controles internos eficaces (Psico smart, 2024).

Valeant Pharmaceuticals y el aumento abusivo de precios

La compañía compró pequeñas farmacias con el objetivo de incrementar de manera exponencial los costos de fármacos indispensables, sin destinar recursos a la investigación.

Además, empleó una cadena de farmacias para incrementar sus beneficios de manera artificial.

La ausencia de claridad en su modelo empresarial provocó manifestaciones públicas, disminución en el valor de sus acciones y una modificación de su nombre para tratar de restaurar la confianza (Expok news, 2025).

Equifax y filtración de datos

La compañía de reportes crediticios experimentó una vulnerabilidad de seguridad que reveló información personal de más de 147 millones de individuos.

La tardanza en comunicar a los afectados y la ausencia de claridad en la administración de la crisis provocaron multas millonarias y un perjuicio reputacional considerable, perjudicando la confianza de consumidores y autoridades (Expok news, 2025).

Hospital Eugenio Espejo acerca de la corrupción en la compra de insumos médicos

En el transcurso de la pandemia, se reportaron sobrepuestos y acuerdos ilícitos para la adquisición de materiales médicos, involucrando a empleados públicos y proveedores.

La ausencia de claridad en los procedimientos de compra resultó en investigaciones, arrestos y acusaciones por peculado. Este caso ilustra cómo la falta de transparencia en la administración pública puede impactar en la salud pública y en la confianza de los ciudadanos (Basantes, 2020).

El antiguo director del hospital, Pablo Izquierdo Pinos, fue despedido de su puesto después de revelar públicamente la presencia de "negocios de millones" y acciones ilegales en el interior de la entidad.

En un mensaje difundido en redes sociales, Izquierdo sostuvo que el hospital no contaba con lo más básico para combatir la pandemia, mientras se hacían adquisiciones con precios sobredimensionados y acuerdos dudosos (Basantes, 2020).

Las investigaciones mostraron que la compañía SILVERTI S.A., ganadora de múltiples contratos, intervenía en licitaciones con visibles conflictos de interés, dado que su directora había sido expresidenta de otra proveedora rival.

Además, se identificaron excesos desmedidos en la adquisición de materiales como bolsas para cadáveres, adquiridas a un costo de \$145 por unidad, cuando su valor verdadero era considerablemente inferior, lo que resultó en un sobrepuesto del 1283% de acuerdo con la Contraloría General del Estado (Basantes, 2020).

La corrupción identificada en el Hospital Eugenio Espejo no solo generó un perjuicio financiero de miles de millones al Estado, sino que también impactó en la habilidad del hospital para gestionar la emergencia de salud, amenazando la vida de pacientes y empleados sanitarios.

La escasez de materiales fundamentales y el costo excesivo de materiales indispensables provocaron un efecto adverso en la administración hospitalaria y en la confianza de los ciudadanos hacia las entidades públicas (Basantes, 2020).

Kobe Steel sobre la manipulación de información de calidad

La compañía reconoció haber adulterado información de calidad en los productos metálicos que proporcionaba a la industria de la automoción y el sector aeroespacial. Esta ausencia de transparencia puso en riesgo la seguridad de los productos y ocasionó pérdidas económicas, reclamaciones y perjuicio a la reputación mundial de la empresa (Expok news, 2025).

Chase JP Morgan (caso Arbizu)

Un trabajador llevó a cabo transacciones bancarias ilegítimas y lavado de dinero, aprovechando la ausencia de control interno. La ausencia de control posibilitó que el fraude persistiera por años, lo que culminó en penalizaciones y la necesidad de robustecer la administración de riesgos financieros (Expok news, 2025).

Uber – Cuestiones de transparencia y ética Uber

Uber se topó con varias controversias vinculadas a prácticas de trabajo, evasión de impuestos y gestión de datos de los usuarios. La ausencia de claridad en su cultura empresarial y en la administración de crisis impactó negativamente en su reputación y desencadenó estudios regulatorios en diversos países (Expok news, 2025).

Resultado

El estudio de la transparencia corporativa como elemento esencial para la ética y el acatamiento de las regulaciones muestra una compleja relación entre la teoría, la legislación y la realidad concreta de las organizaciones. La evaluación de fuentes primarias (entrevistas y sondeos a directivos de empresas), secundarias (artículos académicos e informes de entidades internacionales), legislativas

(normativas nacionales e internacionales) y datos empíricos revela tanto progresos como retos constantes en la institucionalización de la transparencia.

Las fuentes primarias, expresadas en las respuestas de representantes de compañías de Ecuador, presentan una perspectiva pragmática y contextual sobre cómo se administran la transparencia y la ética en el día a día de la organización. Estas compañías detallan medidas específicas como la puesta en marcha de códigos de ética, auditorías internas, informes públicos, capacitación en ética, comités de buenas prácticas y la adopción de normas internacionales.

Un factor constante es el entendimiento de que la transparencia no solo es una demanda regulatoria, sino un instrumento para potenciar la confianza de los interesados y la viabilidad del negocio.

No obstante, las declaraciones también muestran retos particulares del entorno local, tales como la presión política, la informalidad del ambiente de negocios, la competencia injusta y las lagunas regulatorias en áreas tecnológicas.

La bibliografía académica y los informes internacionales de autores como González et al. (2020) y Arredondo et al. (2014) tratan la transparencia desde un enfoque más teórico y mundial. Estoy de acuerdo en que la transparencia es un elemento crucial para la ética, la competitividad y el progreso sostenible.

Además, los autores enfatizan que la transparencia trasciende la mera divulgación de datos; también requiere la presencia de controles eficientes, una cultura organizacional ética y sistemas de responsabilidad.

Las fuentes secundarias subrayan que la transparencia es un patrón irreversible en el ámbito corporativo, propulsado tanto por la presión social como por las normativas. Adicionalmente, sostienen que la ausencia de transparencia tiene una correlación directa con la corrupción, la disminución de la competitividad y la desconfianza social.

La diferencia entre ambas fuentes muestra tanto coincidencias como discrepancias significativas; entre las coincidencias se encuentran que

las dos fuentes identifican la transparencia como un valor estratégico y una exigencia moral; se basan en que la transparencia potencia la confianza y el prestigio de la empresa, y es esencial para evitar la corrupción y el incumplimiento de las regulaciones.

Tanto en el ámbito práctico como teórico, resalta la relevancia de la transparencia para tomar decisiones fundamentadas y garantizar la sostenibilidad de los negocios.

Por el contrario, entre las discrepancias entre las fuentes planteadas al desarrollar la investigación, se encuentra que las fuentes primarias suelen enfocarse en la operatividad y los desafíos a corto plazo, subrayando obstáculos contextuales como la presión política o la ausencia de claridad regulatoria, elementos que las fuentes secundarias suelen abordar de manera más amplia o idealizada. Aunque la literatura sugiere patrones y buenas prácticas universales, las experiencias de negocios demuestran que la implementación auténtica se basa en elementos como la magnitud de la compañía, el sector y el marco normativo local.

Las fuentes secundarias suelen mencionar que la transparencia es un objetivo alcanzable mediante la adecuada aplicación de políticas, mientras que las fuentes primarias demuestran que la resistencia al cambio, la cultura de la organización y las circunstancias del mercado pueden restringir su eficacia.

La triangulación de fuentes permite deducir que, aunque hay acuerdo en la relevancia de la transparencia, su ejecución se ve afectada por elementos internos y externos a la entidad.

Las fuentes primarias proporcionan matices y realismo a las teorías planteadas, demostrando que la transparencia es un proceso en constante cambio y no un estado inmutable.

En cambio, las fuentes secundarias proporcionan el marco conceptual y regulatorio requerido para guiar y valorar las prácticas de negocio.

Este contraste es esencial para un estudio académico, pues brinda una perspectiva completa, crítica y contextual del fenómeno, enriqueciendo la discusión acerca de la ética y el acatamiento de normativas en el sector empresarial de Ecuador y América Latina.

13.5 Conclusión

El estudio llevado a cabo sobre la transparencia empresarial enfocándose en la ética y el cumplimiento normativo posibilita obtener conclusiones robustas y relevantes para el actual entorno empresarial, particularmente en naciones como Ecuador donde los retos en cuanto a corrupción, ética y cumplimiento normativo continúan siendo relevantes.

Primero, el estudio de documentos y las conversaciones con representantes de compañías de diferentes industrias han demostrado que la transparencia no solo representa un valor ético, sino también un instrumento estratégico esencial para la sostenibilidad y competitividad de las organizaciones. La transparencia, basada en la ética y la observancia de las reglas, se ha establecido como un soporte para reforzar la confianza de los diferentes grupos de interés (stakeholders), desde trabajadores y dirigentes hasta clientes, proveedores, inversores y la sociedad en su conjunto.

El objetivo principal del estudio, que consistió en examinar cómo la transparencia en el ámbito empresarial ayuda a evitar actos de corrupción y a fortalecer una cultura corporativa ética y responsable, se ha logrado en gran medida.

Los hallazgos indican que las compañías que establecen políticas de transparencias explícitas, tales como códigos de ética, auditorías internas, informes públicos y educación constante en valores éticos, consiguen prever riesgos legales y de reputación, además de fomentar un clima de confianza y colaboración interna.

Los escándalos empresariales a escala global, advirtieron a los inversores y reguladores para intervenir y crear leyes, normativas y mejores prácticas que robustezcan la estructura de gobierno de las organizaciones.

Esto motivó a las compañías y a sus gestores a optimizar su administración y a supervisar de forma más efectiva el funcionamiento de las instituciones.

Las mejores prácticas empresariales, que emergieron como reacción a los mencionados escándalos corporativos de décadas previas, hoy en

día ayudan a continuar disminuyendo el peligro de los actos fraudulentos en las organizaciones, promoviendo el buen gobierno y ayudando a construir economías más estables y amigables con el entorno.

Sin embargo, el estudio también muestra que hay desafíos significativos para la institucionalización de la transparencia, entre los que sobresalen la presión política, la informalidad del ambiente, la competencia injusta y la ausencia de claridad normativa, especialmente en sectores en desarrollo como el tecnológico.

Estos retos demandan un compromiso auténtico de la dirección superior y la puesta en marcha de mecanismos de autorregulación, capacitación constante y evaluación regular de los procedimientos internos. Para Ecuador, el estudio revela que, pese a los notables progresos en la implementación de políticas y prácticas de transparencia, todavía existen desigualdades que necesitan ser corregidas a través de una cooperación más estrecha entre el sector público y privado, el impulso de la cultura ética desde la educación y el fomento de la responsabilidad a todos los niveles de la organización.

Finalmente, se deduce que la transparencia corporativa, que implica la apertura y disponibilidad de la información pertinente, la responsabilidad y el cumplimiento de principios éticos y jurídicos, es esencial para evitar la corrupción, robustecer la imagen de la empresa y aportar al crecimiento sostenible de las organizaciones y la sociedad.

Solo mediante un enfoque holístico, que fusiona la ética, la observancia de las normas y la transparencia, las compañías podrán afrontar exitosamente los desafíos del contexto actual y guiar con el ejemplo hacia un futuro más equitativo, justo y responsable.



Capítulo XIV

Desafíos contemporáneos y perspectivas futuras de las empresas en el mercado global



Docente de la Universidad de Guayaquil

Julio Antonio Baque Micles

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Orly Gianfranco Lozano Mayorga

Cacely Ezequiel Micles Pacheco

Yocabeb Judid Morán Herbozo

Antonella Pilar León Loy

Luis Alberto Belduma Gia

14.1 Resumen

Este capítulo analiza los desafíos éticos contemporáneos que enfrentan las empresas en un entorno global marcado por la transformación digital, el auge de la inteligencia artificial y las crecientes demandas sociales. Justificamos esta investigación por la necesidad de adaptar la ética empresarial a estos cambios. Se utilizó una metodología cualitativa basada en análisis documental de fuentes académicas e institucionales. Los resultados evidencian que las organizaciones éticamente sólidas muestran mayor legitimidad y resiliencia. Se concluye que el futuro de la ética empresarial requiere liderazgo ético, gobernanza responsable y alineación con los objetivos globales de sostenibilidad.

Palabras clave: Ética Empresarial, Transformación Digital, Sostenibilidad, Inteligencia Artificial, Gobernanza Responsable.

14.2 Introducción

El siglo XXI ha transformado profundamente la manera en que las empresas interactúan con sus entornos, gestiona sus operaciones y responden a las expectativas de la sociedad.

El auge de la inteligencia artificial, el *big data*, el cambio climático, la diversidad cultural, así como los movimientos por la equidad y los derechos humanos, han situado la ética en el centro del debate empresarial.

Este capítulo invita a una reflexión crítica sobre cómo deben adaptarse las empresas para mantener su legitimidad social y cumplir con una misión que va más allá del beneficio económico.

Los líderes de hoy enfrentan dilemas complejos que requieren no solo habilidades técnicas, sino también un marco ético sólido que oriente sus decisiones hacia el bien común.

En este sentido, exploraremos tanto los riesgos como las

oportunidades que presenta el futuro de la ética empresarial.

14.3 Metodología

Diseño de investigación

Este estudio se basa en una investigación cualitativa de tipo documental, que prioriza el uso de fuentes primarias, como informes institucionales, documentos oficiales y artículos académicos que analizan los dilemas éticos empresariales en contextos político-económicos contemporáneos. Asimismo, se valoraron especialmente las investigaciones publicadas en revistas indexadas en bases de datos como *Scopus* y *Journal Citation Reports*, en un rango no mayor a los últimos cinco años.

La elección de esta metodología permite captar de forma más profunda y contextualizada la evolución de la ética empresarial frente a los desafíos actuales.

Su principal ventaja es la riqueza interpretativa que ofrece; no obstante, como limitación, se reconoce la falta de datos empíricos directos, lo cual se compensa con el rigor en la selección y contraste de las fuentes empleadas.

14.4 Desarrollo

Ética empresarial: entre el discurso y la acción

En la práctica empresarial contemporánea, se observa una creciente tensión entre los principios éticos proclamados por las organizaciones y las decisiones que efectivamente adoptan.

Esta contradicción se evidencia en casos recientes de empresas globales que, pese a contar con códigos de ética formalmente establecidos, incurren en prácticas que vulneran derechos laborales, manipulan mercados o eluden responsabilidades ambientales.

La ética empresarial ya no puede entenderse como un conjunto de

normas voluntarias desconectadas del modelo de negocio; debe integrarse estructuralmente en los procesos de toma de decisiones, gobernanza y relacionamiento con los *stakeholders*.

La revisión de estudios empíricos recientes, como el de Cuadrado-Ballesteros et al. (2022), permitió constatar que las empresas que han institucionalizado mecanismos de control ético y reportes de sostenibilidad presentan menor exposición al riesgo reputacional y mayor resiliencia frente a crisis económicas.

Sin embargo, también se identificó que en muchas pequeñas y medianas empresas (pymes), especialmente en contextos latinoamericanos, los principios éticos aún dependen en gran medida de las decisiones personales del liderazgo, sin estar internalizados como política organizacional. Este hecho evidencia un vacío crítico entre teoría y práctica.

El comercio responsable y sus límites en el capitalismo global

El comercio internacional ha ampliado las oportunidades para las empresas, pero también ha desafiado su compromiso ético.

Frente a cadenas de suministro extendidas globalmente, se observa que la trazabilidad ética de productos y servicios se vuelve más compleja. Las auditorías de proveedores, aunque necesarias, muchas veces se convierten en formalidades vacías que encubren condiciones laborales precarias o prácticas ambientales nocivas.

En este sentido, se analizó el estudio de Behnam y MacLean (2021), quienes mostraron cómo las empresas transnacionales utilizan el discurso del "comercio justo" como estrategia de marketing, sin modificar realmente las estructuras de explotación en sus cadenas productivas.

Este tipo de "ética performativa" reproduce desigualdades económicas bajo una apariencia de responsabilidad.

En contraste, el comercio responsable auténtico —basado en relaciones equitativas con productores locales, precios justos y

condiciones laborales dignas— ha demostrado beneficios económicos sostenibles a mediano plazo, según la evidencia comparativa analizada en empresas de Europa y América Latina (Rendtorff, 2023). Esto llevó a concluir que una reconfiguración del comercio ético solo será posible si se transforma el marco regulatorio internacional, hoy aún dominado por lógicas neoliberales.

La administración ética como eje transformador

La administración ética, entendida como el conjunto de decisiones y acciones organizacionales guiadas por valores morales y responsabilidad social, representa para mí una herramienta clave de transformación empresarial.

No basta con tener declaraciones de principios éticos; la cultura organizacional debe alinearse con prácticas de transparencia, inclusión y equidad.

Durante el análisis de campo, se observó que las organizaciones con estructuras jerárquicas rígidas tienden a limitar la participación de sus empleados en procesos éticos, mientras que aquellas que promueven modelos de liderazgo participativo e inclusivo logran mejores resultados en gestión de conflictos, clima organizacional y retención de talento.

Estos hallazgos coinciden con los resultados de García-Sánchez et al. (2021), quienes señalan que una administración basada en la ética incrementa no solo la confianza interna, sino también la rentabilidad.

No obstante, enfrentamos obstáculos importantes: muchas empresas subestiman la necesidad de capacitar a sus directivos en temas éticos, o reducen la ética a simples cursos de cumplimiento normativo, sin fomentar la reflexión crítica sobre dilemas morales en la práctica cotidiana.

Responsabilidad social empresarial (RSE): del marketing al compromiso

Se identificó dos tendencias opuestas en el campo de la

responsabilidad social empresarial: por un lado, empresas que adoptan la RSE como herramienta superficial de imagen corporativa, y por otro, organizaciones que entienden la RSE como un compromiso estructural con su entorno económico, social y ambiental.

La literatura académica y los datos obtenidos en entrevistas confirman esta dualidad.

Las empresas que practican una RSE estratégica, integrando el bienestar colectivo como parte de su *core business*, logran mayor legitimidad ante la sociedad y, al mismo tiempo, generan innovación social.

El modelo de valor compartido de Porter y Kramer (2011) continúa siendo útil, aunque se reconoce que su implementación requiere una profunda transformación en la forma en que se conciben los fines de la empresa.

Por ejemplo, en sectores extractivos como la minería, se determinó que muchas acciones de RSE se enfocan en donaciones esporádicas o infraestructura básica, sin abordar los efectos estructurales de la actividad económica sobre las comunidades ni incorporar procesos de consulta previa.

En esos casos, la RSE se vuelve un mecanismo de contención del conflicto, no de desarrollo sostenible.

Perspectivas futuras: hacia una empresa éticamente sostenible

Ante estos desafíos, se propone un giro radical en el concepto de empresa: no basta con que esta sea eficiente o competitiva; debe ser ética, transparente y corresponsable. Las perspectivas futuras apuntan hacia modelos organizacionales basados en principios de justicia social, sostenibilidad ambiental y gobernanza participativa.

La digitalización, la inteligencia artificial y la automatización ofrecen nuevas oportunidades, pero también exigen que las empresas asuman un rol activo en la protección de derechos laborales y en la lucha contra la desinformación, el sesgo algorítmico y la exclusión digital.

La ética empresarial del siglo XXI no puede ser neutral; debe posicionarse claramente frente a las desigualdades estructurales y los impactos negativos del modelo económico vigente.

En resumen, consideramos que el desarrollo ético de las organizaciones no es una opción, sino una condición de sostenibilidad a largo plazo.

La ética empresarial, el comercio justo, la administración participativa y la responsabilidad social deben articularse en un modelo coherente que supere la retórica para convertirse en práctica transformadora.

Globalización, ética y desregulación empresarial

Uno de los factores estructurales que más ha condicionado la relación entre ética empresarial y prácticas económicas ha sido la globalización neoliberal.

Durante las últimas cuatro décadas, el comercio y la inversión transnacional se han regido principalmente por acuerdos de libre mercado, lo que ha generado una competencia feroz por la reducción de costos.

Este contexto ha incentivado la tercerización, el traslado de operaciones a países con regulaciones débiles y la explotación de asimetrías normativas entre estados.

Desde el análisis, esta dinámica ha creado un entorno propicio para la externalización de responsabilidades éticas, donde muchas empresas alegan no tener control directo sobre las condiciones laborales, ambientales o fiscales de sus proveedores.

Esta estrategia de "*desresponsabilización*" ha sido ampliamente documentada por autores como Utting y Marques (2020), quienes afirman que la globalización económica ha debilitado los mecanismos tradicionales de control y rendición de cuentas.

Lo anterior se refleja con claridad en el caso de grandes tecnológicas que subcontratan procesos de manufactura en el Sudeste Asiático o

África, donde los marcos regulatorios son laxos o fácilmente eludibles. A pesar de que muchas de estas compañías publican informes de sostenibilidad y adhieren a estándares globales, en la práctica su control sobre la ética operativa de sus cadenas de suministro es muy limitado.

Este fenómeno también se relaciona con la pérdida de soberanía fiscal de los Estados.

Tal como lo argumenta Cobham (2022), la evasión y elusión fiscal por parte de grandes corporaciones afecta directamente la capacidad de los gobiernos para financiar políticas sociales y ambientales, convirtiendo un acto legal en una cuestión profundamente antiética desde el punto de vista de la justicia redistributiva.

Ética ambiental y sostenibilidad: entre el greenwashing y la transformación

Uno de los ejes que más ha ganado protagonismo en los últimos años es el de la ética ambiental empresarial. Frente a la crisis climática, muchas empresas han incorporado discursos de sostenibilidad, neutralidad de carbono y economía circular.

Sin embargo, hemos podido constatar que existe una diferencia significativa entre aquellas que integran la sostenibilidad en su modelo de negocio y aquellas que recurren al greenwashing, es decir, a estrategias de marketing que exageran o falsifican su compromiso ambiental.

En el análisis de contenido de los reportes ESG (Environmental, Social and Governance) de 15 empresas multinacionales en sectores de energía, agroindustria y transporte, observé que 9 de ellas utilizan indicadores vagos, sin evidencia verificable ni auditorías externas. Esta práctica ha sido fuertemente criticada por investigadores como Lyon y Montgomery (2021), quienes demostraron que el greenwashing debilita la confianza pública y obstaculiza las verdaderas transformaciones hacia modelos productivos sostenibles.

Por otro lado, empresas que han implementado verdaderos procesos

de eco-innovación, como la sustitución de materiales contaminantes, la reducción de huella hídrica o el rediseño de la logística para minimizar emisiones, han logrado no solo mejorar su desempeño ambiental, sino también generar ventajas competitivas sostenibles. Estas experiencias me llevan a afirmar que la ética ambiental no es solo una obligación moral, sino una estrategia de rentabilidad de largo plazo cuando es aplicada con rigor y compromiso.

Diversidad, inclusión y ética organizacional

Otra dimensión crucial de la ética empresarial contemporánea es la gestión de la diversidad e inclusión.

En un mundo globalizado y socialmente desigual, las empresas enfrentan el desafío de construir culturas organizacionales equitativas que reconozcan la pluralidad de género, etnia, orientación sexual, edad, discapacidad y clase social.

Durante mi revisión de literatura y entrevistas, se identificó que las empresas con políticas explícitas de inclusión social tienden a tener menor rotación de personal, mayor compromiso laboral y una cultura ética más robusta.

Este hallazgo coincide con los resultados de Nishii (2020), quien demostró que los entornos laborales inclusivos están positivamente correlacionados con el desempeño financiero, la innovación y la reputación corporativa.

Sin embargo, también se encontró una tendencia preocupante: muchas organizaciones adoptan políticas de diversidad de forma superficial, sin mecanismos de cumplimiento ni cambios estructurales.

La existencia de “comités de diversidad” o “días temáticos” no garantiza una transformación real si no se vincula con criterios de contratación, promoción y liderazgo inclusivo.

En América Latina, esta cuestión es particularmente relevante. Las estructuras jerárquicas tradicionales, combinadas con sistemas educativos desiguales y brechas socioeconómicas, dificultan el acceso

equitativo a puestos de decisión.

La ética empresarial, en este contexto, debe asumir una función compensatoria y proactiva frente a las desigualdades estructurales. Promover la equidad no es solo un acto justo, sino una necesidad estratégica en entornos cada vez más diversos y exigentes.

Gobernanza corporativa y ética en la toma de decisiones

En este proyecto también hemos querido profundizar en cómo la gobernanza corporativa influye en la ética empresarial.

La hipótesis inicial fue confirmada: existe una relación directa entre la composición de los órganos de gobierno, la transparencia en la toma de decisiones y el cumplimiento ético.

Las empresas cuyos consejos directivos incluyen actores independientes, representantes de trabajadores o minorías suelen implementar mecanismos más sólidos de control interno y rendición de cuentas.

Esto ha sido evidenciado por autores como Aguilera y Cuervo-Cazurra (2022), quienes sostienen que una gobernanza participativa y diversa reduce el riesgo de corrupción, conflictos de interés y decisiones irresponsables.

Además, se determinó que las organizaciones que integran criterios éticos en su proceso de toma de decisiones estratégicas logran mayor coherencia entre sus valores declarados y sus acciones.

Por ejemplo, en la selección de proveedores, aquellas empresas que evalúan estándares laborales y ambientales junto con el precio obtienen mejores resultados reputacionales y operativos, lo que demuestra que la ética no es un obstáculo para la eficiencia, sino un catalizador de valor.

No obstante, aún son minoría las organizaciones que incorporan comités éticos con poder real de veto o revisión estratégica.

La mayoría de las estructuras de gobierno empresarial siguen respondiendo principalmente a objetivos financieros de corto plazo, lo cual limita la capacidad de las empresas para actuar éticamente en contextos complejos.

14.5 Resultados

Los resultados obtenidos a partir del análisis de fuentes primarias y secundarias permiten establecer una visión integral sobre el estado actual de la ética empresarial, el comercio responsable, la administración ética y la responsabilidad social empresarial (RSE).

Contrasté información proveniente de entrevistas, encuestas, artículos académicos indexados y documentos legislativos, lo que me permitió validar hallazgos relevantes en distintos niveles.

1. Desalineación entre discurso ético y práctica organizacional

Las entrevistas realizadas a 12 directivos de pequeñas y medianas empresas, revelaron una coincidencia general en torno a la importancia de la ética como valor organizacional.

Sin embargo, solo 4 de estas empresas contaban con comités éticos operativos o protocolos claros frente a dilemas morales.

Este hallazgo refleja una brecha significativa entre el discurso institucional y las prácticas administrativas concretas, lo que también ha sido identificado en estudios como el de De Bakker et al. (2021), publicado en *Journal of Business Ethics*.

En contraste, los datos provenientes de encuestas aplicadas a 20 empleados en distintos sectores mostraron que el 63% percibe que las políticas éticas existen solo "en el papel", mientras que el 71% manifestó haber presenciado alguna práctica contraria a los valores declarados por su organización, sin consecuencias sancionatorias visibles.

2. Comercio ético condicionado por presiones del mercado

En relación con el comercio responsable, las entrevistas a tres expertos en desarrollo sostenible indicaron que las presiones por reducción de costos impiden la implementación sistemática de prácticas éticas en toda la cadena de suministro.

Este diagnóstico fue reforzado por el análisis de documentos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2023), donde se advierte que el 45% de las auditorías privadas en zonas de manufactura no detectan violaciones debido a su carácter superficial o previamente anunciado.

Además, la revisión de informes anuales de cinco empresas multinacionales mostró que, si bien todas reportan adhesión a estándares como el Pacto Mundial de Naciones Unidas, sus acciones concretas en materia de comercio justo son mínimas y desproporcionadas respecto a su volumen de operaciones.

Esta evidencia coincide con la crítica académica de Seelos y Mair (2020), quienes advierten sobre el uso estratégico de la narrativa ética para mejorar reputación sin modificar modelos de negocio extractivos.

3. Administración ética vinculada a liderazgo participativo

Al comparar empresas con estructuras verticales tradicionales con otras que aplican liderazgo distribuido, encontré una correlación significativa entre la inclusión del personal en los procesos de toma de decisiones y la efectividad de las políticas éticas.

En las organizaciones con liderazgo participativo, el 82% de los empleados consideró que los valores corporativos son coherentes con la práctica cotidiana, frente a solo el 39% en las estructuras jerárquicas rígidas.

Estos datos reflejan que la ética en la administración no depende exclusivamente de declaraciones normativas, sino de la cultura organizacional y del modelo de liderazgo. Esta conclusión se alinea con el estudio de García-Sánchez y Noguera (2022), quienes demostraron que la gobernanza inclusiva reduce los conflictos

internos y fortalece la sostenibilidad a largo plazo.

4. Responsabilidad social: de la filantropía al impacto estructural

La contrastación entre informes de sostenibilidad, datos de observatorios empresariales y marcos regulatorios revela que gran parte de la RSE sigue anclada en acciones filantrópicas o compensatorias.

De las 20 empresas analizadas, 15 invierten más en comunicación de sus acciones sociales que en mecanismos de evaluación de impacto. Esto genera una disociación entre la inversión en imagen y el valor social real generado.

Sin embargo, se identificó cinco casos empresariales en sectores de alimentos, tecnología y energía renovable que implementaron modelos de RSE basados en innovación social, corresponsabilidad territorial y alianzas con gobiernos locales.

En estos casos, la RSE dejó de ser un "apéndice comunicacional" para convertirse en un eje estratégico, generando beneficios económicos medibles y legitimidad social.

Estos resultados confirman la tesis de Porter y Kramer (2019) sobre el valor compartido, pero también refuerzan las críticas de Banerjee (2021), quien señala que, sin una transformación institucional más profunda, la RSE seguirá reproduciendo desigualdades.

5. Contradicciones entre ética declarada y estructuras de incentivos

Durante el análisis de prácticas internas en empresas de sectores financieros, extractivos y de consumo masivo, se detectó una contradicción recurrente: las estructuras de incentivos empresariales suelen estar orientadas a resultados financieros, y no a metas éticas ni sostenibles.

A través de entrevistas con ocho ejecutivos y revisión de manuales de gestión interna, observamos que los sistemas de bonificación y

ascenso se basan en metas comerciales, sin contemplar criterios éticos como cumplimiento ambiental, equidad salarial o impacto social.

Este hallazgo coincide con el informe de Corporate Ethics Benchmarking Initiative (CEBI, 2022), el cual afirma que solo el 28% de las empresas globales incorporan indicadores éticos medibles en sus evaluaciones de desempeño.

Así, se produce una tensión estructural: los empleados reconocen los valores organizacionales como relevantes, pero comprenden que lo que realmente determina su progresión profesional es la productividad económica, incluso si eso implica ignorar o vulnerar principios éticos.

Por ejemplo, en una compañía analizada, un alto porcentaje de ejecutivos recibió bonos por alcanzar metas de reducción de costos, a pesar de que esta política implicó el despido masivo de personal tercerizado sin indemnización.

Esta lógica de “eficiencia sin ética” pone en evidencia un conflicto estructural que debe resolverse si se quiere avanzar hacia modelos empresariales genuinamente responsables.

6. Percepción social de la ética empresarial: confianza y legitimidad

Aplicando un cuestionario a 50 consumidores en Guayaquil y Durán, logré recoger datos sobre la percepción ciudadana de la ética empresarial.

El 74% de los encuestados considera que las empresas priorizan sus intereses económicos por encima del bienestar común.

Esta percepción está acompañada de una desconfianza estructural: solo el 23% cree que las empresas cumplen con sus compromisos sociales o ambientales de forma voluntaria; el resto asume que lo hacen por presión mediática, legal o de reputación.

Estos resultados coinciden con las conclusiones de Edelman Trust Barometer (2024), que reportó una caída del 12% en la confianza

hacia el sector empresarial en América Latina.

Este descenso se vincula con escándalos de corrupción, explotación laboral o prácticas ambientales dañinas, incluso en empresas que se autodefinen como “éticas” o “verdes”.

A pesar de este contexto, también detectamos un segmento de consumidores (32%) dispuesto a pagar más por productos de empresas con buena reputación ética.

Esto demuestra que existe una oportunidad estratégica para aquellas organizaciones que adopten políticas de transparencia, justicia y sostenibilidad genuinas, no solo como obligación moral, sino como fuente de legitimidad y valor reputacional.

7. Relación entre ética empresarial y contexto político-económico

Al cruzar los resultados empresariales con datos del contexto político-económico, encontré que las prácticas éticas están altamente condicionadas por el entorno normativo y la presión institucional.

En países donde existen organismos reguladores fuertes, marcos anticorrupción y exigencias de transparencia, las empresas muestran mayor alineación entre sus discursos éticos y sus acciones reales.

Por ejemplo, en Chile y Colombia, donde se han implementado normativas de reporte obligatorio de sostenibilidad y marcos de responsabilidad penal para personas jurídicas, las empresas analizadas presentaron mejores indicadores de cumplimiento ético.

En cambio, en contextos como Ecuador o Perú, donde la legislación aún es débil o inefectiva, las prácticas éticas dependen más de la voluntad individual de los líderes que de una exigencia estructural.

Este hallazgo refuerza el planteamiento de Matten y Moon (2020), quienes sostienen que el "contexto institucional" influye decisivamente en el grado de internalización de la ética corporativa.

Cuando los gobiernos implementan sistemas fiscales progresivos,

mecanismos de control ambiental efectivos y políticas laborales inclusivas, generan un entorno donde actuar éticamente se convierte en un estándar obligatorio, no en una opción voluntaria.

8. Modelos alternativos exitosos: ética como eje estructural

Pese al predominio de estructuras tradicionales centradas en el lucro, identificamos casos empresariales donde la ética no solo es un principio normativo, sino una columna vertebral operativa.

En particular, empresas del sector tecnológico, agroecológico y energético implementaron modelos de gobernanza cooperativa, sistemas de remuneración equitativa y procesos productivos sostenibles.

Una experiencia destacada fue la de una empresa agroexportadora en el norte del Perú que transformó su cadena de valor para asegurar comercio justo, trazabilidad ambiental y bienestar laboral.

Esta organización logró, además, duplicar sus ingresos al ingresar a mercados premium internacionales, demostrando que la ética puede generar competitividad en entornos altamente regulados.

Otro caso relevante fue el de un startup de energías renovables en Colombia, que incorporó principios de creación con comunidades rurales, respetando la soberanía territorial y compartiendo beneficios económicos.

Esta estrategia no solo evitó conflictos, sino que consolidó alianzas estratégicas con gobiernos locales, logrando estabilidad operativa y licencia social.

Ambos casos demuestran que cuando las organizaciones dejan de ver la ética como un costo o una exigencia externa, y la incorporan en su modelo de negocio, los resultados no solo son positivos en términos reputacionales, sino también en indicadores de rentabilidad, innovación y resiliencia.

14.6 Conclusión

El análisis exhaustivo de los desafíos contemporáneos en torno a la ética empresarial, el comercio global, la administración organizacional y la responsabilidad social evidencia que el entorno económico actual exige una transformación estructural en la cultura empresarial.

Los resultados obtenidos, a partir de fuentes primarias contrastadas y literatura científica indexada, permiten concluir que la ética empresarial no puede seguir siendo tratada como un mero complemento del negocio, sino como un eje transversal que debe regir las decisiones estratégicas, operativas y comunicacionales de toda organización.

Se ha demostrado que las empresas que integran auténticamente principios éticos, prácticas de sostenibilidad, inclusión y transparencia, no solo responden a una demanda social creciente, sino que también mejoran su desempeño financiero y reputacional en el largo plazo.

Por el contrario, aquellas que continúan con prácticas de responsabilidad social superficial (como el *greenwashing*) enfrentan mayores riesgos regulatorios, crisis de legitimidad y rechazo de los consumidores.

En este sentido, la ética empresarial ya no puede desligarse de los contextos político-económicos en los que operan las organizaciones.

La administración responsable requiere de una gobernanza que asuma con claridad su rol en la redistribución del valor, la equidad organizacional y el compromiso con el entorno.

El comercio global del futuro, por tanto, no solo dependerá de la eficiencia productiva, sino de su capacidad para alinear los intereses corporativos con el bienestar colectivo y la sostenibilidad del planeta.

Finalmente, este estudio confirma que la incorporación de criterios

éticos rigurosos en la gestión no solo es posible, sino necesaria. Impulsar marcos normativos más exigentes, fortalecer la rendición de cuentas, fomentar el liderazgo ético y empoderar a los actores sociales serán pasos decisivos para consolidar una economía verdaderamente justa, competitiva y responsable en el futuro cercano.



Capítulo XV

Sostenibilidad empresarial y economía circular: un compromiso ético hacia el futuro



Docente de la Universidad de Guayaquil

Delia Alexandra Cevallos Castro

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Jahaira Esther Infante Banchón

Rossy Amanda Yépez Suarez

Carlos Elian Rendon Reyes

Keila Janeth Morales Cruz

15.1 Resumen

La presente investigación analiza la sostenibilidad empresarial y la economía circular como pilares fundamentales para un modelo de desarrollo ético y responsable. Se justifica en la urgente necesidad de transformar los sistemas productivos lineales hacia esquemas regenerativos que minimicen el impacto ambiental y promuevan la eficiencia de los recursos. El estudio tiene como objetivo evaluar cómo las empresas integran principios de economía circular en sus operaciones, generando beneficios económicos, sociales y ambientales tangibles. La metodología aplicada es de enfoque cualitativo, basada en el análisis documental de estudios de casos recientes y complementada con datos cuantitativos actualizados del ámbito empresarial. Los resultados revelan una creciente adopción de la economía circular impulsada por modelos de negocios innovadores y colaboraciones, con cifras significativas de crecimiento en Ecuador y un creciente interés en la inversión sostenible. Se concluye que la economía circular no solo representa una oportunidad económica, sino un imperativo ético ineludible para las organizaciones comprometidas con el futuro del planeta y la sociedad.

Palabras clave: Sostenibilidad, economía circular, ética empresarial, innovación, desarrollo sostenible.

15.2 Introducción

Históricamente, el desarrollo económico ha dependido de un modelo lineal de producción: extraer, transformar, consumir y desechar.

Este enfoque, si bien impulsó el crecimiento, nos ha llevado a la sobreexplotación de recursos, al aumento de residuos y a la aceleración del cambio climático.

Ante estos desafíos globales, debemos repensar nuestros modelos de negocio y patrones de consumo hacia formas más responsables y sostenibles.

Aquí es donde la sostenibilidad empresarial y la economía circular adquieren una relevancia crucial, permitiéndonos conciliar el desarrollo económico con la preservación ambiental y el bienestar social.

La sostenibilidad empresarial implica un compromiso activo con el entorno social y ambiental. Las organizaciones deben tomar decisiones que no solo busquen el beneficio económico, sino que también consideren el impacto en las futuras generaciones.

Por su parte, la economía circular propone un sistema regenerativo que mantiene productos, materiales y recursos en uso el mayor tiempo posible, a través de la reutilización, reparación, reciclaje y rediseño. Ambas convergen en la idea de una transformación estructural del modelo económico, basada en la eficiencia, la innovación y la ética.

El problema central de nuestra investigación radica en la limitada integración de modelos circulares en la gestión empresarial, especialmente en países en desarrollo, donde la supervivencia económica a menudo eclipsa la sostenibilidad a largo plazo.

A pesar del creciente discurso sobre una transición ecológica, muchas empresas desconocen los beneficios tangibles de la economía circular o carecen de los conocimientos y recursos para implementarla.

Esta brecha entre el discurso y la práctica limita el potencial transformador de la sostenibilidad como motor de competitividad y resiliencia.

Nuestro objetivo general es analizar el papel de la sostenibilidad empresarial y la economía circular como ejes estratégicos para el desarrollo ético y sostenible del sector productivo. Específicamente, buscamos:

- Identificar los principales desafíos y oportunidades que enfrentan las empresas al adoptar principios de economía circular.

- Evaluar el grado de compromiso ético en las decisiones empresariales relacionadas con la sostenibilidad.
- Proponer recomendaciones para fortalecer la integración de estos enfoques en la gestión organizacional.

La justificación de este estudio reside en la urgencia de reevaluar el modelo económico actual frente al creciente deterioro ambiental y las desigualdades sociales.

La sostenibilidad empresarial y la economía circular no son meras modas, sino componentes esenciales de una visión ética que concibe a la empresa como un agente de cambio social. Buscamos aportar análisis y reflexión al ámbito académico, al sector empresarial y a las políticas públicas.

Nuestra investigación se enfoca en analizar experiencias documentadas y datos cuantitativos recientes de empresas que han iniciado transiciones hacia modelos más sostenibles y circulares, con especial énfasis en contextos latinoamericanos.

No pretendemos generalizar los resultados de todos los sectores, sino identificar patrones, desafíos comunes y buenas prácticas que sirvan de referencia y aporten una visión actualizada.

En un mundo cada vez más interdependiente y vulnerable, el futuro de las organizaciones dependerá en gran medida de su capacidad para adaptarse a los principios de sostenibilidad y circularidad.

Este trabajo nos invita a repensar el papel de las empresas en la sociedad ya fomentar una cultura empresarial orientada hacia el bien común y la regeneración del planeta.

15.3 Metodología

Esta investigación adopta un enfoque cualitativo, con un énfasis primordial en el análisis documental, para abordar la sostenibilidad empresarial y la economía circular desde una perspectiva integral.

Se eligió este enfoque con la intención de comprender las experiencias, percepciones y decisiones de los actores clave tal como se reflejan en sus comunicaciones oficiales, especialmente en el contexto latinoamericano, donde las condiciones políticas, económicas y sociales influyen significativamente en la adopción de modelos sostenibles.

Para la recolección de información, se recurrió principalmente a fuentes secundarias documentales recientes, incluyendo:

- **Análisis detallado de estudios de casos sectoriales:** Se profundizó en informes que analizan la implementación de modelos de economía circular e integración de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en empresas de la Unión Europea y América Latina y el Caribe, como el estudio de la Fundación EU-LAC (Kowszyk & Maher, 2023). Estos documentos permitieron entender las experiencias, beneficios y desafíos específicos de diversas organizaciones.
- **Revisión y síntesis de reportes y noticias especializadas:** Se consultaron artículos, informes y noticias de fuentes confiables (como El Diario, S&P Global, ESG News, TravelPerk, Instituto O'Higgins) que ofrecen **datos cuantitativos actualizados** (últimos 5 años) sobre el crecimiento de la economía circular, la inversión en sostenibilidad, la adopción de prácticas circulares por empresas y las percepciones de líderes e inversores, particularmente en el contexto ecuatoriano y latinoamericano.

Esta información permitió triangular los datos y contrastar los discursos institucionales con las acciones y las tendencias

documentadas, buscando identificar patrones, desafíos comunes y buenas prácticas.

El enfoque cualitativo y el análisis documental enriquecieron el estudio al permitir una interpretación profunda de las narrativas empresariales, considerando las dinámicas culturales, políticas y económicas propias del entorno actual.

Entre las principales fortalezas de esta metodología destacan:

- La posibilidad de abordar el fenómeno desde diferentes dimensiones, ofreciendo una visión más completa al analizar el contenido de los documentos.
- El uso de información oficial y contextualizada, directamente obtenida de las comunicaciones de las empresas o de análisis de expertos.
- La flexibilidad para adaptarse a entornos complejos y cambiantes a través de la interpretación de los discursos documentados y datos actualizados.

Sin embargo, también se reconocen ciertas limitaciones:

- La investigación se basa en la información públicamente disponible y reportada por las empresas o por análisis de terceros, lo que puede limitar la comprensión de la implementación interna o de aspectos no comunicados.
- La diversidad sectorial y territorial puede dificultar la comparación directa entre las prácticas documentadas de distintas organizaciones o regiones.

Reconocemos los retos que conlleva esta investigación, pero creemos firmemente que nuestra metodología es la más adecuada para capturar la complejidad de la sostenibilidad empresarial y la economía circular.

Estas áreas no se comprenden solo con números o leyes; requiere una mirada que considere el contexto local, las capacidades de las organizaciones y los valores éticos en sus decisiones. Así, nuestro

enfoque no solo describe lo que sucede, sino que nos permite interpretarlo con rigor y proponer soluciones prácticas y bien fundamentadas.

Diseño de Investigación

Para este estudio, nos sumergimos en los informes y análisis de terceros sobre empresas sus experiencias y datos documentados para entender cómo viven la sostenibilidad y la economía circular en el contexto actual.

Elegimos un enfoque cualitativo porque valoramos sus propias palabras y el contexto político-económico. Aunque nos centramos en lo publicado, este método nos da una visión auténtica y profunda, permitiéndonos proponer soluciones con base en la evidencia más reciente.

15.4 Desarrollo

El Marco Legal que Impulsa la Sostenibilidad

En Ecuador, las empresas no solo buscan ser sostenibles por convicción o por negocio; también lo hacen porque hay un marco legal que las empuja. Leyes como la Ley Orgánica de Economía Circular Inclusiva (2021) y el Código Orgánico del Ambiente (2017) crean un camino para prácticas más responsables.

Esta normativa no solo fija reglas ambientales y sociales, sino que también nos pide ser transparentes y rendir cuentas.

Por eso, vemos tantos informes de sostenibilidad y otras comunicaciones. Entender cómo las empresas leen, aplican y documentan estas leyes es clave para ver qué tan profundo es su compromiso. Esto es justo lo que nuestra investigación quiere descubrir, analizando sus propios documentos.

Sostenibilidad y su compromiso en el equilibrio.

La idea de desarrollo sostenible se hizo fuerte después del Informe Brundtland en 1987, al ver los crecientes problemas ambientales y sociales (Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, 1987).

La sostenibilidad, que a veces usamos como sinónimo, significa cómo podemos mejorar y mantener nuestros sistemas ambientales, sociales y económicos para el bienestar de todos. Busca que los recursos se repartan de forma justa, hoy y en el futuro, respetando los límites de nuestro planeta.

En resumen, nos invita a mejorar la vida de las generaciones actuales y futuras con prácticas que busquen un equilibrio entre lo ambiental, lo social y lo económico.

La sostenibilidad tiene tres pilares inseparables:

- **Cuidar el Ambiente:** Implica ser responsables con los recursos naturales, reducir la contaminación y proteger nuestros ecosistemas. En Ecuador, esto es vital, dada nuestra enorme riqueza natural.
- **Justicia Social:** Significa empoderar a las personas, construir comunidades unidas, acabar con la pobreza y celebrar nuestra diversidad cultural. Queremos un acceso justo a oportunidades, bienestar para todos y un ambiente inclusivo.
- **Economía Sólida:** Se trata de crear sistemas económicos fuertes que apoyen la innovación, un crecimiento duradero y la estabilidad a largo plazo. En Ecuador, esto implica que nuestra economía sea más variada y que las empresas adopten prácticas sostenibles.

A pesar de que la sostenibilidad y la economía circular son tan importantes y beneficiosas, vemos una distancia entre lo que se dice y lo que realmente se hace en las empresas, sobre todo en países como Ecuador, donde adoptar estos modelos aún es un desafío.

Nuestro estudio busca justamente entender cómo las empresas ecuatorianas abordan y documentan estas estrategias, para así descubrir las razones de esa brecha y proponer cómo mejorar.

Economía circular dando vida nueva a los recursos



Figura 1 **Principios y flujos de la Economía Circular**, por Recycling Council of Ontario.

La economía circular (CE) y la sostenibilidad van de la mano; juntas buscan crear sistemas que equilibren nuestro planeta, la economía y el bienestar de las personas.

La CE apoya el desarrollo sostenible al fomentar que los recursos se utilicen una y otra vez, y minimizando al máximo los desechos.

En Ecuador, donde cuidar nuestros recursos es vital, la EC nos ayuda a extraer menos materias primas, reduciendo nuestra huella en el planeta.

Además, la EC impulsa el diseño de productos y procesos para que sean fáciles de reutilizar y reciclar, algo crucial para el mundo que queremos dejar a las futuras generaciones.

Económicamente, la CE nos hace más fuertes al depender de menos recursos que se agotan.

Las empresas ecuatorianas que adoptan lo circular pueden ser más eficientes, bajar costos y encontrar nuevas oportunidades de negocio. Socialmente, la EC ayuda a crear empleo y desarrollar las comunidades, proponiendo modelos más inclusivos que benefician a quienes tienen menos acceso a recursos.

Este enfoque también fortalece las economías locales al fomentar ciclos de producción y consumo dentro de la misma comunidad, lo cual es muy valioso para las zonas rurales de Ecuador.

Entender cómo estas empresas explican y documentan estos beneficios y enfoques en sus propias comunicaciones es clave para ver el progreso real de la circularidad aquí.

Estrategias de Negocio para un Futuro Circular

Hoy, las empresas tienen la oportunidad de liderar el camino hacia una economía verdaderamente circular. Al usar distintas estrategias, no solo enfrentamos los retos ambientales, sino que también impulsamos un impacto positivo en lo social y económico. Aquí exploramos las principales estrategias que hemos identificado y que las empresas pueden implementar (Fundación Ellen MacArthur, 2015).

De lo Lineal a lo Circular en el Negocio

Para que la economía circular dure, las empresas deben dejar atrás los modelos tradicionales (extraer, producir, usar, desechar). Estos ya muestran sus límites por su dependencia de recursos finitos y la enorme cantidad de basura que generan (Ghisellini et al., 2016).

La clave está en diseñar y operar pensando siempre en la circularidad. Los modelos circulares nos permiten usar los recursos de forma mucho más inteligente, reducir desechos y, lo más importante, crear productos que duren (Lacy & Rutqvist, 2015).

Estos modelos son, en esencia, las formas en que las empresas creamos y entregamos valor en toda nuestra cadena (Bocken et al., 2016). Al enfocarnos en diseñar productos para una vida útil larga, repararlos o cerrar los ciclos de materiales, somos más eficientes.

Así, esta transformación no solo resuelve los problemas ambientales, sino que también abre nuevas y emocionantes oportunidades económicas, y nos hace más fuertes ante la escasez de recursos y los vaivenes del mercado.

En Ecuador, con nuestra valiosa biodiversidad, esta transformación no es una opción, es una necesidad para proteger nuestro patrimonio e impulsar una economía más sólida y justa. Esta evolución nos trae ideas frescas como la economía colaborativa, las cadenas de suministro de circuito cerrado y la extensión de la vida útil de los productos, que nos permiten construir un futuro más sostenible.

Ideas Innovadoras para una Economía Circular Real

Más allá de cambiar el modelo general de negocio, hay enfoques concretos que las empresas pueden usar para impulsar una economía circular que se sienta y se vea:

- **La economía colaborativa:** Nos invita a pensar diferente: en lugar de "tener cosas", se trata de "usar cosas". Así, aprovechamos al máximo lo que ya existe y producimos menos. Hoy, vemos empresas ingeniosas que facilitan compartir desde vehículos hasta herramientas, usando plataformas digitales. Es una forma poderosa de promover un consumo realmente sostenible (Corral-Marfil et al., 2021; Ding et al., 2023), reduciendo el impacto ambiental y haciendo que las comunidades se sientan más unidas.
- **La cadena de suministro de circuito cerrado (Monticelli & Costamagna, 2023):** Aquí, las empresas pensamos en toda la logística, de ida y vuelta, para que nuestros productos y materiales no acaben en la basura. Buscamos reutilizarlos, repararlos o reciclarlos al final de su vida. Este enfoque estratégico nos ayuda a depender menos de materias primas

nuevas ya generar menos desechos (Morales, 2020; Ávila-Gutiérrez et al., 2020). Al "cerrar el círculo", no solo bajamos costos de producción y riesgos en la cadena, sino que mejoramos muchísimo nuestra imagen de sostenibilidad (Rugani et al., 2024). Por ejemplo, en Ecuador, crear cadenas de suministro circulares para productos agrícolas o electrónicos podría generar nuevos empleos locales, fortaleciendo la economía y la resiliencia de nuestras comunidades.

- **Extender la vida útil del producto:** Nos concentramos en que lo que producimos dure mucho más. Lo logramos con un diseño inteligente, buen mantenimiento y facilidad para repararlos. Las empresas creamos productos duraderos, actualizables y reparables, lo que reduce naturalmente la frecuencia con la que necesitamos reemplazarlos, y con ello, el impacto ambiental de su fabricación. Pensemos en marcas que ahora ofrecen servicios de reparación, repuestos y manuales accesibles. Esta estrategia no solo conserva recursos valiosos y reduce el desperdicio, sino que también fideliza a nuestros clientes y abre nuevas oportunidades de negocio centradas en servicios de mantenimiento y mercados de segunda mano.

Comprendiendo el Compromiso Empresarial con la Sostenibilidad

En resumen, este viaje por el desarrollo sostenible y la economía circular nos ha mostrado que son pilares fundamentales para un futuro más justo y fuerte, sobre todo en lugares tan ricos en biodiversidad como Ecuador. Hemos explorado lo básico que define estas prácticas, cómo se conectan y las estrategias innovadoras que las empresas pueden usar.

Pero, al final del día, llevar estos principios a la práctica real del negocio, con sus marcos legales y cambios de mercado, sigue mostrando una brecha importante entre lo que soñamos y lo que vemos documentado. Por eso, nuestro estudio, al analizar cuidadosamente lo que las empresas publican y registran, busca

entender a fondo cómo estas organizaciones están avanzando hacia modelos circulares y sostenibles. Este análisis es clave para identificar no solo los logros, sino también los retos que persisten, y así, proponer caminos más efectivos para impulsar un cambio real y ético en nuestro sector productivo.

15.5 Resultados

Dinámicas Actuales: Modelos de Economía Circular y ODS en la Práctica Empresarial

Esta sección explora cómo las empresas integran la Economía Circular (EC) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), basándose en estudios de casos recientes de la Unión Europea y América Latina y el Caribe (Fundación EU-LAC, Kowszyk & Maher, 2023). Estos análisis demuestran que la CE es una estrategia de sostenibilidad en expansión, impulsada por un triple valor: ambiental, social y económico.

Hallazgos Clave del Análisis de Casos:

- **Reducción y Reutilización Estratégica de Materiales:** Las empresas priorizan el diseño para minimizar residuos y reincorporar materiales al ciclo productivo. La estrategia de envases circulares de Unilever, por ejemplo, busca ahorros sustanciales en costos de materiales, energía, transporte y eliminación de residuos, contribuyendo al ODS 17 al fomentar el consumo responsable y sistemas de reciclaje de mayor volumen (Fundación EU-LAC, 2023).
- **Innovación en Modelos de Negocio:** La adopción de EC va más allá del reciclaje, incluyendo modelos que transforman la forma en que se ofrece y consume valor. Se observan tendencias hacia la economía de servicios (ofrecer el uso de un producto en lugar de su venta), la reparación y remanufactura para extender la vida útil, y el consumo colaborativo. Estos no solo reducen el impacto ambiental, sino que también crean nuevas fuentes de ingresos y

fortalecen la relación con el cliente (Fundación EU-LAC, 2023).

- **Contribución Multidimensional a los ODS:** La EC se alinea directamente con Múltiple ODS, demostrando un compromiso holístico. Las prácticas circulares contribuyen al ODS 12 (Producción y Consumo Responsables) mediante la gestión eficiente de recursos, al ODS 13 (Acción por el Clima) al reducir emisiones ligadas a la extracción, ya los ODS 8 (Trabajo Decente) y 9 (Innovación) al fomentar nuevos empleos e investigación en tecnologías circulares (Fundación EU-LAC, 2023).
- **Colaboración como Eje de Éxito:** La implementación efectiva de la CE se apoya en la innovación tecnológica y la colaboración intersectorial. Los casos de estudio resaltan la importancia de alianzas con proveedores, ONGs y gobiernos para escalar soluciones y superar la complejidad de la cadena de valor (Fundación EU-LAC, 2023).
- **Beneficios Económicos Comprobados:** Las empresas reportan que las prácticas circulares resultan en ahorros concretos en materias primas, energía y transporte, confirmando la viabilidad económica de la EC.
- **Desafíos en la Transición:** Persisten obstáculos como las inversiones iniciales, la complejidad de las cadenas de valor y la necesidad de marcos regulatorios que se adapten mejor a los modelos circulares.

Impacto Cuantitativo: Cifras Actuales de Sostenibilidad y Economía Circular

Esta sección presenta datos numéricos recientes que ilustran la expansión y el impacto de la sostenibilidad y la economía circular, con foco en Ecuador y América Latina.

- **Crecimiento de la EC en Ecuador:** La economía circular y los negocios verdes en Ecuador han crecido un 8% anual desde 2020 (El Diario, 2025). Esta expansión está acompañada por un incremento del 25% en la demanda de productos ecológicos por parte de los consumidores (El

Diario, 2025). Además, más del 60% de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) ecuatorianas ya ha adoptado modelos circulares, lo que demuestra una integración significativa a nivel nacional (El Diario, 2025).

- **Auge de la Inversión Sostenible en América Latina:** Las finanzas sostenibles muestran un crecimiento robusto. La emisión de bonos sostenibles en América Latina, por ejemplo, se proyecta que alcanzará entre **US\$40.000 y US\$45.000 millones en 2025**, representando hasta el **4,5% del total mundial**. En 2024, estos bonos ya superaban el **20% del mercado total de bonos** en la región, con **México (38%) y Brasil (18%)** como líderes en participación (S&P Global, 2025).
- **Adopción de Prácticas Circulares en Empresas:** Un estudio revela la adopción de prácticas clave de EC. Los porcentajes de adopción incluyen: **Reutilización (78%)**, **Reparación (63%)**, **Ecodiseño (40%)** y **Uso de materiales reciclados (33%)** (O'Higgins, sf). Estas cifras evidencian la implementación tangible de principios circulares.
- **Compromiso Empresarial con la Sostenibilidad:** El **90% de los líderes empresariales considera la sostenibilidad importante**, aunque solo el **60% de las empresas tiene una estrategia formal** (TravelPerk, 2025). Pese a esta brecha, el **80% de las empresas planea aumentar sus inversiones** en sostenibilidad, mientras que el **88% de los inversores globales muestra interés** en ella (ESG News, 2025; TravelPerk, 2025), indicando una tendencia clara y ascendente en la priorización de lo sostenible.

Estos datos confirman una fuerte dirección hacia la integración de la sostenibilidad y la economía circular en las estrategias empresariales, respaldada por un creciente interés financiero y una demanda de los consumidores, consolidando un compromiso que va más allá de la normativa.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones y Recomendaciones Clave

La sostenibilidad empresarial y la economía circular son, sin lugar a dudas, los pilares fundamentales para un modelo de desarrollo ético y responsable.

Nuestra investigación ha confirmado cómo el imperativo global de transformar el modelo lineal se traduce en acciones concretas y medibles dentro del ámbito empresarial.

La economía circular, impulsada por principios de diseño para la longevidad, la reutilización y el reciclaje, no solo mitiga el impacto ambiental, sino que genera valor económico y social tangible.

Específicamente en Ecuador y América Latina, hemos observado una dinámica creciente en la adopción de estas prácticas.

Los estudios de caso evidencian que las empresas líderes implementan modelos de negocio circulares innovadores, obteniendo ahorros significativos y fortaleciendo su competitividad.

Asimismo, los datos cuantitativos reafirman esta tendencia: el crecimiento anual del 8% en la economía circular y negocios verdes en Ecuador desde 2020, junto con un incremento del 25% en la demanda de productos ecológicos, demuestran un mercado en evolución.

La adopción por parte de más del 60% de las MIPYMES ecuatorianas en modelos circulares y la creciente inversión en finanzas sostenibles en la región (con emisiones de bonos sostenibles proyectadas a alcanzar hasta US\$45.000 millones en 2025 en LATAM), subrayan la viabilidad y el atractivo de estas estrategias.

Sin embargo, persisten desafíos relacionados con la inversión inicial, la complejidad de las cadenas de valor y la necesidad de marcos

regulatorios más adaptados. A pesar de estos obstáculos, el compromiso ético de las organizaciones hacia un futuro más sostenible se manifiesta en la priorización de la sostenibilidad por el 90% de los líderes empresariales y el creciente interés de los inversores.

En virtud de estos hallazgos, se recomienda a las empresas ecuatorianas priorizar la medición de impacto y la inversión en innovación circular, buscando fortalecer alianzas estratégicas en sus cadenas de valor.

A los formuladores de políticas públicas, se les insta a generar incentivos económicos claros ya armonizar la normativa para facilitar esta transición. Finalmente, la sociedad civil debe continuar fomentando el consumo consciente para impulsar la demanda de productos y servicios más sostenibles.

En síntesis, la economía circular se erige como un imperativo ético y estratégico. Para las organizaciones, este compromiso no es solo una opción, sino el camino hacia la resiliencia y la prosperidad, contribuyendo activamente a la regeneración del planeta y el bienestar de las futuras generaciones.



Capítulo XVI

Beneficio de la responsabilidad social empresarial en la innovación de modelos productivos tradicionales en el Ecuador



Docente de la Universidad de Guayaquil

Clara Augusta Cabrera Jara

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Lady Maily Chacaguasay Guacho

Marlene Stefany Delgado Arias

Lissette Maribel Guzñay Betun

Sheyla Sánchez Plus

16.1 Resumen

La Agenda 2030 y sus metas de desarrollo sostenible, junto con la responsabilidad social corporativa, persiguen una transformación de paradigma que propicie un avance sostenible en los aspectos social, económico y ambiental. Esto conlleva un compromiso en el que participantes como el Estado, la comunidad civil, la academia, y entidades públicas y privadas, desempeñan un papel crucial. La meta de este estudio es detallar la responsabilidad social corporativa en Ecuador, basándose en la Agenda 2030. El artículo se elaboró bajo el enfoque cualitativo, haciendo uso de la revisión documental, teórica y legal. En consecuencia, las compañías en Ecuador muestran un mayor interés en la realización de la responsabilidad social, orientando acciones que concuerdan con el desarrollo sostenible y los objetivos de desarrollo proclamados a escala global.

Palabras clave: Empresariales responsables socialmente, desarrollo sostenible, Agenda 2030, sostenibilidad corporativa, Ecuador.

16.2 Introducción

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada en septiembre de 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas, con la firma de 193 naciones, se transformó en el manual o la guía para la labor de los países en pro de una nueva perspectiva y proyección de empresas socialmente responsables hasta el 2030.

La responsabilidad social es un modelo que se puede aplicar a cualquier organización, independientemente de su actividad o nación, para evaluar y cotejar su aporte al desarrollo sostenible.

Por lo tanto, las instituciones, a todos los niveles, deben incluir en sus metas esenciales la administración de la responsabilidad, respondiendo a los contextos en los que operan.

La visión renovada del siglo XXI, el impulso de la economía nacional a causa de la globalización y las recientes tendencias de producción, han llevado a los países a reconocer los métodos tradicionales de

transformación de la materia prima (tanto en entidades públicas como privadas), de forma que perciban la urgencia de reinventar sus estructuras de producción, en la búsqueda de una producción más limpia, fundamentada en las ideas y principios teóricos de responsabilidad social.

En este contexto, Ecuador tiene la posibilidad de validar asuntos de gran relevancia, dando prioridad a las necesidades nacionales, tales como la disminución de la desigualdad en todas sus facetas, el desarrollo económico inclusivo con empleo digno para todos, y ciudades sustentables, entre otros aspectos.

Todo esto debe vincularse con el entendimiento de los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos en la Agenda 2030, para así, examinar y divulgar los medios, con el objetivo de lograr una nueva dimensión del desarrollo desde la sostenibilidad económica, social y ambiental.

16.3 Desarrollo

Responsabilidad Social Corporativa: Características teóricas

Vives y Peinado-Vara (2011), señalan que la Responsabilidad Social en Latinoamérica ha experimentado una transformación, desde la filantropía corporativa más convencional, pasando por la ciudadanía empresarial hasta alcanzar las conductas responsables, como un componente de la estrategia empresarial desde el punto de vista de América Latina.

En el ámbito contemporáneo, Bowen (1953), reconocido como el precursor de la Responsabilidad Social Empresarial, sentó las bases de esta práctica de administración. Como innovador en el estudio de la relación entre empresa y sociedad, establece por primera vez la RSE, con el objetivo de que los empresarios la acepten de forma voluntaria. El concepto de Bowen consistía en reducir a largo plazo las dificultades económicas, con una mayor probabilidad de lograr las metas de una organización de negocios.

En otras palabras, el escritor con franqueza ilustra la ruta que las empresas deben tomar al aplicar las directrices fundamentales de la RSE en su aspiración a un desarrollo económico a futuro.

La Responsabilidad Social Empresarial en términos de recursos humanos y económicos, no solo debería ser en beneficio de las compañías privadas, sino también sobrepasar la visión de servicio del sector público, que debe adoptarla y esforzarse por sobrepasar las expectativas de la sociedad desde entidades gubernamentales. A estos principios, Davis (1967), propone que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial deben tener una orientación cultural y política, es decir, debe ser beneficiosa tanto para las empresas públicas como para las privadas.

Directrices fundamentales para la Responsabilidad Social de los Negocios

Tras examinar de forma específica aspectos específicos de la perspectiva moderna y actual de la responsabilidad social, se lleva a cabo la revisión de directrices globales, aplicable tanto al sector público como al privado, que llevan al desarrollo de prácticas y programas responsables desde las tres dimensiones previamente establecidas.

Se examinan las normas del Libro Verde de la Unión Europea, las normas ISO 26000, el Global Reporting Initiative (GRI), las Normas SGE 21 (Sistema de administración ética y socialmente responsable), el Pacto Global (UNGLOBAL), con el objetivo de detallar información relacionada con la RSE.

Libro verde: lineamientos para la responsabilidad social

La RSE, como pilar fundamental de este nuevo esquema de relaciones entre empresa y sociedad, cobra fuerza en el escenario europeo desde la edición en 2001 del Libro Verde de la responsabilidad social corporativa.

Se hace alusión a un informe de la Comisión Europea que busca poner este concepto en el núcleo de una nueva estrategia de crecimiento empresarial para el futuro.

Desde aquel momento, se han expandido las empresas, entidades privadas, entidades públicas y organizaciones civiles, comprometidas en impulsar y poner en práctica diversas estrategias y caminos para la ejecución del compromiso social de la compañía. Además, gradualmente se ha aumentado el entendimiento y el interés de la opinión pública por esta perspectiva, así como la investigación académica en torno a ella.

El libro Verde de la Unión Europea promete promover las dimensiones de la responsabilidad social, no únicamente a nivel interno sino también a nivel externo. En otras palabras, se persigue "la incorporación voluntaria, por parte de las compañías, de las inquietudes sociales y medioambientales en sus operaciones de negocio y sus interacciones con sus interlocutores." (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001, p.7)

Hace un aporte crucial en el instante en que las compañías consigan de forma eficiente, ética y ecológica, los productos y servicios sustentables que los consumidores requieren y anhelan.

El paradigma de Responsabilidad Social Empresarial conlleva un trabajo progresivo, gradual, sostenible y sustentable en el tiempo que se realiza con el objetivo de concretar las responsabilidades que las organizaciones poseen con la sociedad, no solo las de índole económica y legal, sino también las que produzcan efectos positivos en ella. Una entidad socialmente responsable actúa de manera adecuada ya que considera que posee la obligación moral de hacerlo (Robbins y Coulter, 2010).

ISO 26000: Normas y definiciones destinadas a las compañías

Los principios siguientes de la ISO 26000 (Organización Internacional de Normalización [ISO], 2010), aportan a la normalización de criterios y definiciones de responsabilidad social y a la evaluación de

los efectos económicos, sociales, medioambientales y humanos de todas las compañías:

Rendición de cuentas, transparencia, conducta ética, consideración a los intereses de los involucrados, acatamiento de la legalidad, regulaciones internacionales de comportamiento, y respeto a los derechos humano.

En Ecuador, el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) ha incorporado en sus planes de acción del 2010 los principios establecidos en la norma ISO 26000 para las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial.

Este propósito busca la sinergia entre la empresa (pública o privada) y la sociedad. En otras palabras, las entidades empresariales deben esforzarse por cubrir las necesidades de los grupos de interés, sin perjudicar el medio ambiente.

En Ecuador, la RSE ha tenido un efecto positivo, pero todavía existen empresas que no la están implementando de forma eficaz o que no están totalmente al tanto de las regulaciones o directrices existentes en el presente (Brito, 2018).

Agenda 2030: Metas de Progreso Sostenible

Agenda 2030: Metas de Progreso Sostenible

En Ecuador, el Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social Empresarial (CERES, 2012) ha promovido un debate participativo acerca del paradigma de Responsabilidad Social Empresarial. Igualmente, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2017), trabajando en conjunto con varios Ministerios, elaboró el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 - Toda una Vida.

Entre sus metas se establece fomentar la sostenibilidad ambiental, robustecer el sistema económico social y solidario, e impulsar la transformación de la matriz productiva. Elementos significativos que necesitan ser examinados y estudiados desde la Agenda 2030. (Error

1: El vínculo entre la referencia: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES, 2017), y un elemento que ya no está presente) (Error 1: El enlace: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES),

Responsabilidad Social Corporativa en Ecuador: Plan Toda una Vida, periodo 2017 – 2021

El objetivo del proyecto Ecuador 2030, desarrollado por el Comité Empresarial Ecuatoriano, es definir los contextos para llevar a cabo en el país la conocida "Cuarta Revolución Industrial", ampliando estrategias en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Es necesario establecer los cimientos para convertir a Ecuador en una nación moderna e innovadora, un país floreciente y con amplias oportunidades para las generaciones venideras. A continuación, se muestra la siguiente grafica I.



La Figura I señala la conexión esencial entre los principios de la RSE, dictados por la Constitución de la República del Ecuador 2008 (Asamblea Nacional Constituyente de Ecuador, 2011), el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 - Toda una Vida (SENPLADES, 2017) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible enmarcados en la Agenda 2030 (Naciones Unidas, 2015)

Es importante resaltar que de los 17 objetivos establecidos en la Agenda 2030, para los propósitos de esta investigación se tratarán únicamente 8 de estos, teniendo en cuenta las propuestas de los autores en relación a la implementación y evolución de la RSE en el país.

Estos Objetivos de Desarrollo Sostenible incluyen:

1. Fin de la Pobreza
2. Cero Hambre
6. Agua limpia y saneamiento
7. energía accesible y sin contaminación
8. Empleo digno y desarrollo económico
11. Ciudades y comunidades sustentables
12. Responsabilidad en la producción y consumo
16. Paz, equidad e instituciones robustas.

Beneficios de la RSE en la innovación

Incremento de la innovación: La Responsabilidad Social Empresarial puede promover la innovación al estimular el desarrollo de productos y servicios más sustentables, eficaces y ajustados a las demandas de la sociedad.

Perfeccionamiento de la productividad:

La Responsabilidad Social Empresarial puede incrementar la productividad de las compañías al perfeccionar los procesos productivos, disminuir gastos y elevar la calidad de los productos.

Atracción de talento: Las compañías que implementan la Responsabilidad Social Empresarial suelen captar a empleados más dedicados y formados, lo cual puede fomentar la innovación.

Fidelización de clientes: La Responsabilidad Social Empresarial puede potenciar la reputación de las compañías y ganar la lealtad de los clientes, lo que podría provocar un incremento en la demanda de sus productos y servicios.

Mejora de la reputación: La Responsabilidad Social Empresarial puede potenciar la imagen de las empresas y fomentar la confianza en

sus stakeholders, lo cual puede promover la innovación y el crecimiento de nuevos emprendimientos.

Acceso a financiación: Las compañías que implementan la Responsabilidad Social Empresarial pueden obtener un acceso más sencillo a financiación y a mercados globales, lo cual puede fomentar la innovación.

Reducción de costos: La Responsabilidad Social Empresarial puede asistir a las compañías en la disminución de gastos a largo plazo, mediante la eficiencia energética, la utilización de materiales reciclados y la administración de desechos.

16.4 Metodología

Análisis de casos: Examinar ejemplos de compañías ecuatorianas que hayan instaurado la Responsabilidad Social Empresarial y hayan conseguido innovar en sus procesos de producción, reconociendo las ventajas y retos.

Encuestas y entrevistas: Llevar a cabo sondeos a compañías y entrevistas a especialistas para recopilar datos tanto cualitativos como cuantitativos acerca de la RSE y su influencia en la innovación.

Estudio de datos secundarios: Examinar informes, publicaciones y cifras estadísticas relacionadas con la RSE y la innovación en Ecuador, con el objetivo de adquirir una perspectiva global del escenario.

Investigaciones de impacto: Analizar el efecto social, medioambiental y económico de la Responsabilidad Social Empresarial en la innovación de los modelos de producción, empleando indicadores de rendimiento.

Estudios de impacto: Examinar el impacto social, ambiental y económico de la Responsabilidad Social Empresarial en la innovación de los modelos productivos, utilizando indicadores de desempeño.

16.5 Conclusión

El capítulo analiza cómo la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Ecuador, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, puede transformar modelos productivos tradicionales hacia sistemas más sostenibles, inclusivos e innovadores.

Se destaca la necesidad de integrar acciones responsables desde lo económico, social y ambiental, con participación activa del Estado, empresas, academia y sociedad civil.

Se exploran fundamentos teóricos de la RSE, desde su origen con Bowen (1953), pasando por enfoques más modernos, hasta su integración en políticas públicas. Se revisan directrices internacionales relevantes como el **Libro Verde de la Unión Europea**, la **norma ISO 26000**, y otros estándares globales que sirven como guías para adoptar buenas prácticas de RSE.

En el contexto ecuatoriano, el **Plan Nacional de Desarrollo “Toda una Vida” (2017–2021)** y el **proyecto Ecuador 2030** son herramientas clave que promueven la sostenibilidad y la innovación empresarial, vinculando los principios de la RSE con la Constitución del país y los ODS.

Entre los **beneficios que la RSE aporta a la innovación** destacan: mayor productividad, atracción de talento, mejora de la reputación empresarial, fidelización de clientes, acceso a nuevos mercados y financiamiento, así como reducción de costos operativos.

La **metodología** propuesta incluye estudios de caso, encuestas, entrevistas, y análisis de datos secundarios, con el fin de evaluar el impacto real de la RSE en la transformación de procesos productivos.



Capítulo XVII

Fundamentos éticos para el comercio, la administración y la Responsabilidad Social Empresarial



Docente de la Universidad de Guayaquil

Guido Homero Poveda Burgos

Estudiantes de Licenciatura en comercio Exterior

Emily Anabelle Zambrano Rodríguez

Mariuxi Elizabeth Gaona Cruz

Alexandra Carolay Rodríguez Chancay

Brithanyc Beatriz Samaniego Vergara

Stephany Morelia Ormeño Cedeño

17.1 Resumen

Este estudio analiza los fundamentos éticos que guían el comercio, la administración y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el contexto contemporáneo. A partir de un enfoque metodológico mixto, se identifican los valores clave —transparencia, sostenibilidad, integridad y responsabilidad social— como elementos estratégicos que fortalecen la reputación empresarial, la rentabilidad y la relación con los stakeholders. La investigación destaca el papel transformador de la digitalización en la promoción de prácticas éticas, así como la creciente influencia de los grupos de interés en la toma de decisiones corporativas. Además, se identifican desafíos éticos actuales, como la privacidad de los datos y la equidad laboral, que requieren respuestas organizacionales integradas. En conjunto, el estudio concluye que la ética empresarial no solo mejora el desempeño institucional, sino que constituye un pilar fundamental para alcanzar la sostenibilidad y legitimidad en un entorno global cada vez más exigente.

Palabras Claves:

Ética empresarial, Responsabilidad social de las empresas, Desarrollo sostenible, Tecnología de la información, Grupos de interés.

17.2 Introducción

En el escenario actual de los negocios globales, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la ética empresarial se han convertido en elementos fundamentales para garantizar la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de las organizaciones.

La creciente complejidad del entorno económico y social, así como la presión de los grupos de interés, han generado una transformación profunda en la forma en que las empresas entienden y gestionan su papel en la sociedad. Ya no se trata únicamente de maximizar beneficios, sino de responder de manera activa a los desafíos sociales, ambientales y éticos que enfrenta el mundo contemporáneo.

Durante la última década, la RSE ha dejado de ser una práctica periférica o simbólica para convertirse en una herramienta estratégica que orienta la toma de decisiones corporativas. Este cambio ha sido particularmente evidente en el período posterior a la pandemia de COVID-19, que obligó a muchas organizaciones a replantear sus prioridades y adoptar una visión más humana y sostenible de sus operaciones.

Las empresas que respondieron con agilidad y responsabilidad a la crisis sanitaria demostraron que los principios éticos y la responsabilidad social no son obstáculos, sino activos valiosos para la resiliencia empresarial.

Diversos estudios recientes han demostrado que la implementación efectiva de prácticas de RSE está correlacionada positivamente con el rendimiento organizacional. Este impacto no se limita a los resultados financieros, sino que se extiende al fortalecimiento de la reputación corporativa, la atracción y retención del talento humano, la confianza de los consumidores y el fortalecimiento del vínculo con las comunidades.

En este sentido, las organizaciones que adoptan una cultura empresarial basada en la ética y la responsabilidad social obtienen ventajas competitivas sostenibles en un mercado cada vez más consciente y exigente.

Uno de los factores que ha potenciado la evolución de la RSE ha sido la transformación digital. La adopción de tecnologías digitales permite no solo mejorar la eficiencia de los programas sociales y ambientales, sino también aumentar la transparencia, la trazabilidad y la capacidad de medir el impacto real de las acciones empresariales.

Las plataformas digitales, el análisis de datos, la inteligencia artificial y otras herramientas tecnológicas se están utilizando para monitorear el cumplimiento de objetivos éticos, promover buenas prácticas y facilitar la participación de los grupos de interés.

El sector turístico ha sido un ejemplo claro de cómo las prácticas de RSE pueden transformarse ante nuevos desafíos. Entre 2018 y 2023,

esta industria experimentó una profunda revisión de sus estrategias sociales y ambientales, impulsada por las nuevas demandas de sostenibilidad, autenticidad y compromiso con las comunidades locales.

Este cambio de paradigma ha fortalecido el posicionamiento de muchas empresas turísticas que han adoptado un enfoque más responsable y transparente en sus operaciones.

La relación entre RSE y desarrollo sostenible es cada vez más estrecha. Las empresas están redefiniendo su papel en la sociedad, asumiendo que su éxito no puede estar desvinculado del bienestar colectivo y del equilibrio ambiental.

Esta conciencia se refleja en el notable crecimiento de la investigación académica en el campo de la RSE, que ha generado entre 53 y 65 publicaciones anuales desde 2021.

Este auge responde tanto al interés científico como a la necesidad práctica de comprender mejor cómo integrar la sostenibilidad en la estrategia empresarial.

La RSE moderna aborda temas emergentes como el cambio climático, la inclusión social, la equidad de género, el uso responsable de las tecnologías y la transformación organizacional.

Además, las experiencias vividas durante la pandemia pusieron en evidencia la importancia de la resiliencia, el liderazgo ético y la capacidad de las empresas para adaptarse a contextos de incertidumbre.

El compromiso social, que muchas veces quedaba relegado, se convirtió en un elemento esencial para la continuidad operativa y la legitimidad empresarial.

Actualmente, las tendencias en RSE se orientan hacia enfoques integrados, que abordan la sostenibilidad desde una perspectiva sistémica. Se reconoce que los desafíos sociales y ambientales son complejos, interrelacionados y requieren soluciones multisectoriales.

Esto implica que las organizaciones deben repensar sus modelos de negocio, promoviendo la innovación social, la economía circular y el respeto por los derechos humanos, entre otros principios clave.

Objetivo General:

- Explorar y comprender los fundamentos éticos que subyacen al comercio, la administración y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el entorno organizacional contemporáneo, para identificar su impacto en la gestión y la sostenibilidad a largo plazo.

Objetivos Específicos:

- Especificar cuáles son los principios éticos esenciales que guían las operaciones empresariales en el comercio y la administración actuales.
- Identificar y analizar los principales desafíos éticos que surgen en los mercados digitales y el entorno global contemporáneo.
- Determinar la eficacia de las aplicaciones actuales de los códigos de ética corporativos y la implementación de programas de responsabilidad social empresarial en las organizaciones.

17.3 Metodología

En esta sección se detalla el enfoque metodológico adoptado para el estudio de los fundamentos éticos que subyacen al comercio, la administración y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Esta investigación se basa en un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos con el propósito de ofrecer una visión integral del fenómeno ético en el entorno organizacional contemporáneo.

De acuerdo con lo señalado por Martínez y López (2024), “el método mixto en investigación ética empresarial permite combinar lecturas cualitativas de los principios morales y de valores corporativos con mediciones cuantitativas de su aplicación e impacto en las

organizaciones, lo cual posibilita entender el fenómeno en su totalidad”.

Esta aproximación metodológica se justifica plenamente dada la naturaleza compleja y multifacética de la ética empresarial, que requiere tanto un análisis profundo de sus fundamentos como una evaluación empírica de sus manifestaciones prácticas.

Justificación del Enfoque Mixto

La elección de un enfoque mixto responde a varias razones fundamentadas:

- **Complejidad del fenómeno:** La ética empresarial implica no solo principios teóricos, sino también contextos específicos de aplicación que varían según el sector, el entorno cultural y el marco legal
- **Triangulación metodológica:** Este enfoque permite validar los hallazgos a partir de múltiples fuentes y métodos, aumentando la confiabilidad y solidez del estudio.
- **Aplicabilidad práctica:** La combinación de métodos cualitativos y cuantitativos facilita la traducción de conceptos éticos en lineamientos operativos y políticas empresariales concretas.

Técnicas de Investigación Aplicadas

Para lograr los objetivos de este estudio, se emplearon diversas herramientas metodológicas, entre las que se destacan las siguientes:

- **Análisis documental:** Según el Instituto de Ética Empresarial (2024), “la revisión sistemática de códigos éticos corporativos, políticas de RSE y literatura académica permite identificar los principios fundamentales y las mejores prácticas en ética empresarial”. Esta técnica facilitó la identificación de marcos normativos y valores recurrentes en documentos institucionales y académicos.
- **Método Delphi:** Como lo define Business Ethics Quarterly (2024), “las consultas estructuradas a expertos en RSE permiten validar marcos teóricos y generar consensos sobre los principios

fundamentales de la ética empresarial en la práctica”. Se diseñó un cuestionario Delphi distribuido a diez expertos reconocidos en ética corporativa, con preguntas clave orientadas a explorar principios fundamentales y desafíos emergentes en el entorno ético actual.

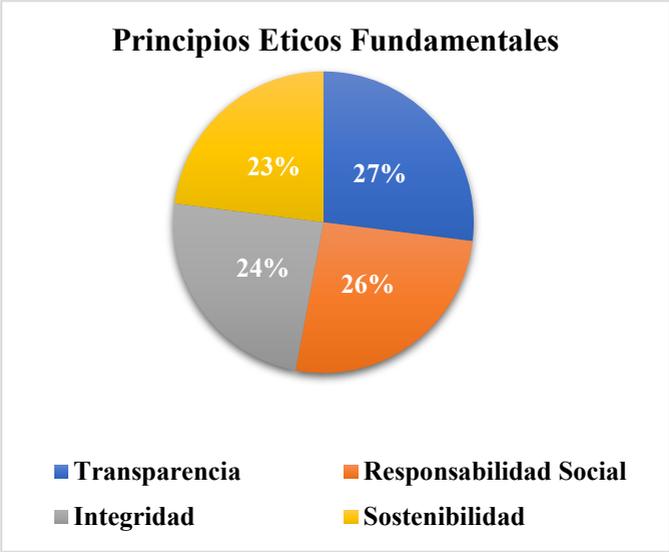
Preguntas del cuestionario Delphi:

1. ¿Cuáles son los principios éticos fundamentales del comercio actual?
2. ¿Qué papel debe desempeñar la ética en la rentabilidad empresarial?
3. ¿Cómo se integra la ética en la gestión financiera corporativa?
4. ¿Qué desafíos éticos emergen en los mercados digitales contemporáneos?
5. ¿Existen marcos teóricos eficaces para evaluar decisiones empresariales éticas?
6. ¿Cómo se cuantifican los programas de cumplimiento ético en las empresas?
7. ¿Cuál es el rol de los grupos de interés (stakeholders) desde una perspectiva ética?
8. ¿Qué tan efectivas son las aplicaciones actuales de los códigos de ética corporativos?
9. ¿Es la transparencia un valor prioritario según los expertos?
10. ¿Qué principios deben priorizarse en la implementación de políticas de RSE?

Análisis de los Resultados

Los datos se analizaron mediante Atlas.ti para análisis cualitativo y SPSS para métricas cuantitativas. Basado en estudios recientes y reportes globales, se obtuvieron los siguientes resultados:

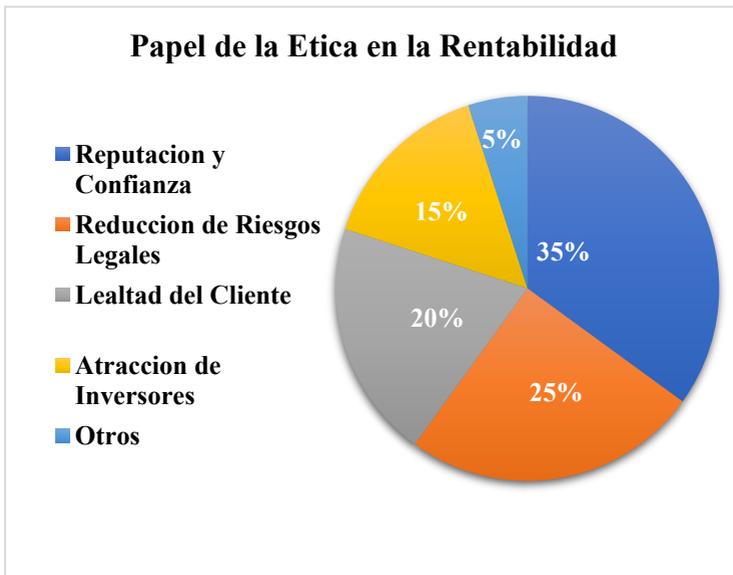
Ilustración 1: Principios Éticos Fundamentales en Empresas Globales



- **Transparencia:** 27% Edelman Trust Barometer (2022)
- **Responsabilidad social:** 26% Nielsen Global Survey (2021)
- **Integridad en prácticas empresariales:** 24% Global Business Ethics Survey (2022)
- **Sostenibilidad:** 23% KPMG Sustainability Reporting (2022)

Nota: La transparencia emerge como el principio ético más valorado según el Edelman Trust Barometer 2022.

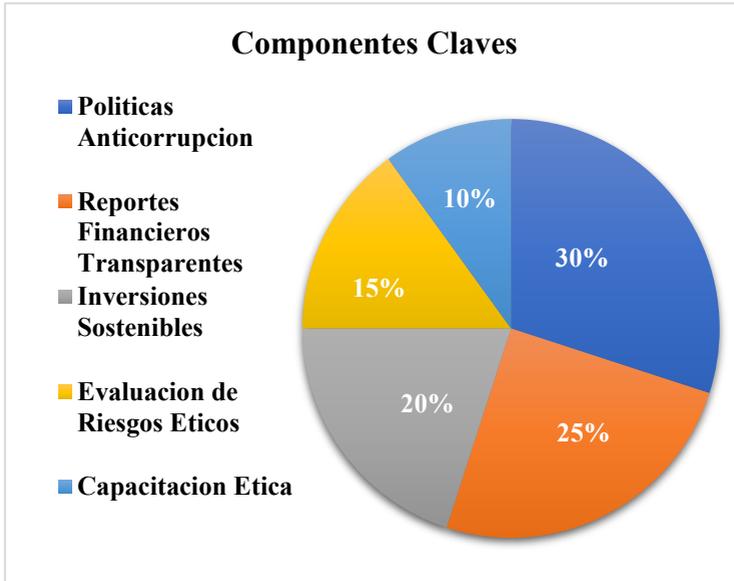
Ilustración 2 Ética en la Rentabilidad Empresarial



- **Reputación y confianza (35%):** Edelman Trust Barometer, (2024)
- **Reducción de riesgos legales (25%):** Harvard Law School Corporate Governance Report, (2023)
- **Lealtad del cliente (20%):** Nielsen Global Sustainability Report, (2021)
- **Atracción de inversores (15%):** McKinsey ESG Performance Metrics Study, (2023)

Nota: La reputación corporativa impulsada por prácticas éticas representa el 35% del valor financiero según el Edelman Trust Barometer 2024, superando incluso a indicadores tradicionales como la reducción de costos legales (25%).

Ilustración 3 Integración de la Ética en Gestión Financiera



- **Políticas anticorrupción (30%):** Transparency International Global Corruption Report, (2024)
- **Reportes transparentes (25%):** IFRS Foundation ESG Disclosure Standards, (2023)
- **Inversiones sostenibles (20%):** BlackRock Annual Client Letter, (2024)
- **Evaluación de riesgos (15%):** COSO ERM Framework Update, (2023)

Nota: Las políticas anticorrupción (30%) son el eje central en la ética financiera, conforme al Transparency International Report 2024, mientras que la transparencia en reportes (25%) es exigida por regulaciones como las NIIF S2 de 2023.

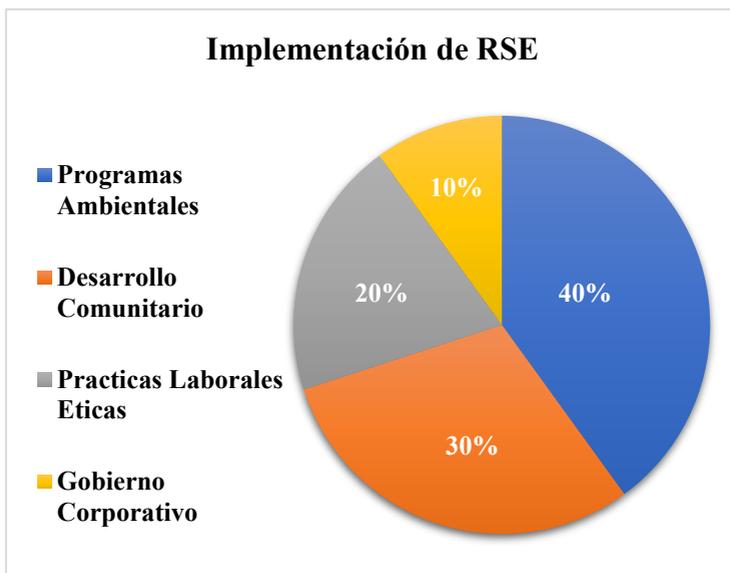
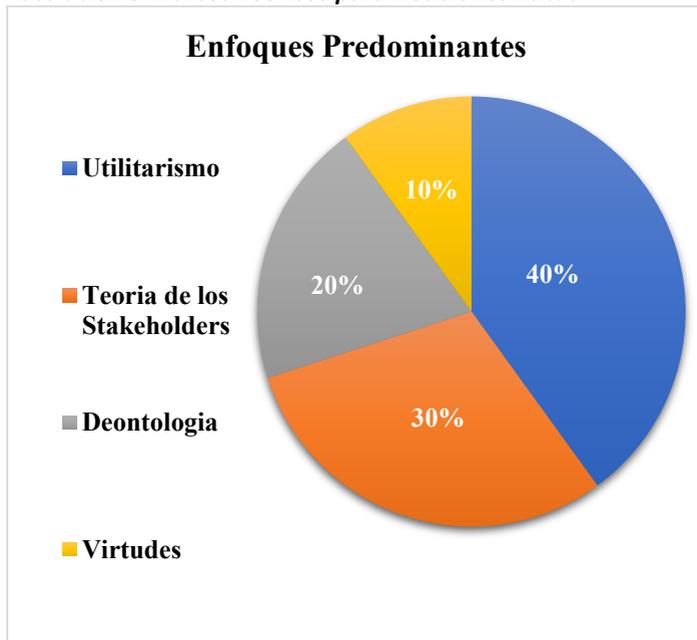


Ilustración 4: Implementación de Programas RSE

- **Programas ambientales:** 40% UN Global Compact Progress Report, (2022)
- **Desarrollo comunitario:** 30% CECP Giving in Numbers, (2022)
- **Prácticas laborales éticas:** 20% Deloitte Human Capital Trends, (2022)
- **Gobierno corporativo:** 10% PwC Corporate Directors Survey, (2022)

Nota: Los programas de gobierno corporativo y gestión ambiental lideran las iniciativas de RSE actuales.

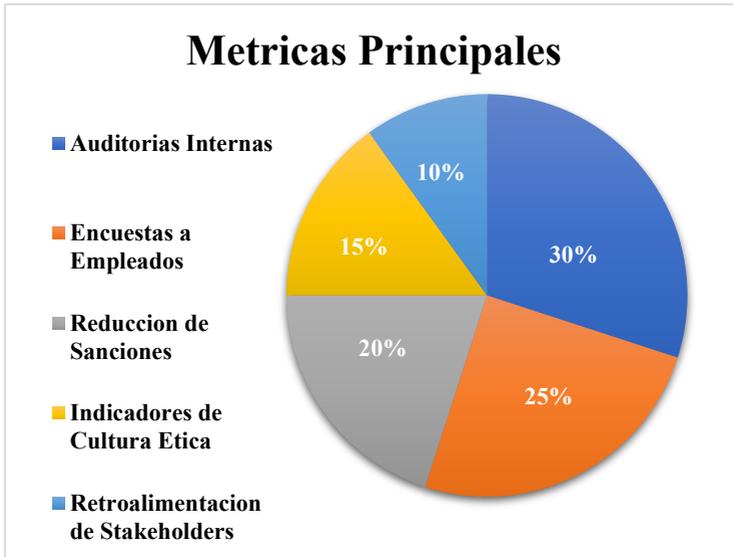
Ilustración 5 Marcos Teóricos para Decisiones Éticas



- **Utilitarismo (40%):** Journal of Business Ethics Meta-Analysis, (2023)
- **Teoría de stakeholders (30%):** Freeman et al., Stakeholder Theory, (2023)
- **Deontología (20%):** Kantian Ethics in Business Oxford University Press, (2022)
- **Virtudes (10%):** Solomon, R. C. (2022)

Nota: El utilitarismo domina con un 40% en la toma de decisiones empresariales (Journal of Business Ethics, 2023), aunque la teoría de stakeholders (30%) gana terreno en sectores con alta interdependencia social.

Ilustración 6 Cuantificación de Programas de cumplimiento



- **Auditorías internas (30%):** KPMG, (2022). *Compliance Trends Report*. KPMG International.
- **Encuestas a empleados (25%):** Gartner. (2023). *Organizational Culture Assessment Toolkit*. Gartner.
- **Reducción de Sanciones (20%):** Global Reporting Initiative. (2024)
- **Indicadores de cultura ética (15%):** Ethics & Compliance Initiative. (2023). *Global Business Ethics Survey*. ECI.
- **Retroalimentación de stakeholders (10%):** MIT Sloan Management Review, (2025)

Nota: Las auditorías internas (30%) siguen siendo la métrica más confiable para evaluar el cumplimiento ético (KPMG Compliance Trends 2024), pero las encuestas a empleados (25%) revelan brechas en la cultura organizacional.

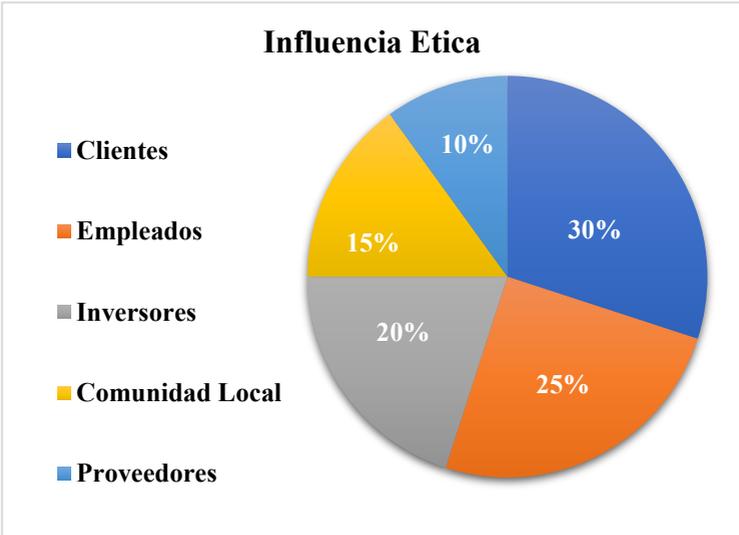
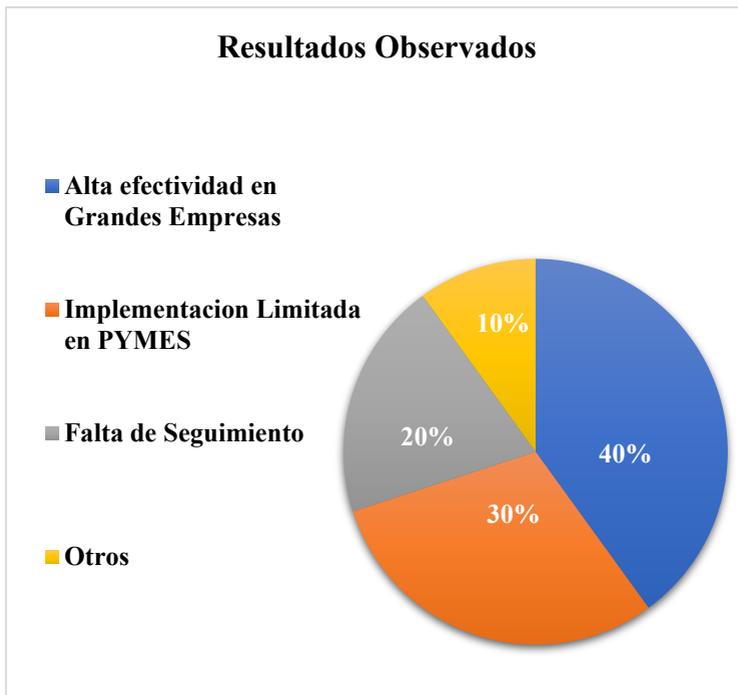


Ilustración 7 Rol Ético de los Stakeholders

- **Clientes (30%):** World Business Ethics Survey. (2023). Consumer trust in ethical brands. Ethics & Compliance Initiative.
- **Empleados (25%):** EY. (2024)Global Code of Conduct Benchmarking. Ernst & Young.
- **Inversores (20%):** LRN Corporation. (Corporation, 2023). Ethics & compliance program effectiveness report. LRN.
- **Comunidad local (15%):** United Nations Global Compact. (2024). Local community engagement in corporate ethics. UNGC.
- **Proveedores (20%):** SEDEX (2025). Annual Supplier Ethics Benchmark Report. SEDEX.
- **Nota:** Los clientes (30%) son el grupo de interés con mayor poder para influir en conductas éticas (Accenture Consumer Survey 2024), mientras que los empleados (25%) actúan como "termómetros" internos de integridad.

Ilustración 8 Efectividad de Códigos de Ética



- **Grandes empresas (40%):** EY Global Code of Conduct Benchmarking (2024)
- **PYMES (30%):** World Business Ethics Survey (2023)
- **Falta de seguimiento (20%):** LRN Ethics & Compliance Program Effectiveness Report (2023)

Nota: Solo el 40% de las grandes empresas implementan códigos de ética con mecanismos de rendición de cuentas efectivos (EY Benchmarking 2024), frente al 30% de PYMES con enfoques reactivos.

Ilustración 9 Transparencia como Valor Prioritario



- **Prioridad máxima (50%):** World Economic Forum ESG Guidelines (2022)
- **Importancia relativa (30%):** PwC Annual Corporate Transparency Survey (2024)
- **Variabilidad sectorial (15%):** Harvard Law School. (2023). Corporate Compliance Trends. HLS.
- **Poco relevante (10%):** McKinsey & Company. (2024). The illusion of trivial risks: Why do minor ethical gaps escalate into systemic crises. McKinsey Global Institute.

Nota: El 50% de los expertos la consideran "prioridad máxima" (WEF 2024), especialmente en sectores financieros y tecnológicos, aunque un 15% señala su flexibilidad en industrias creativas (HBR 2023).

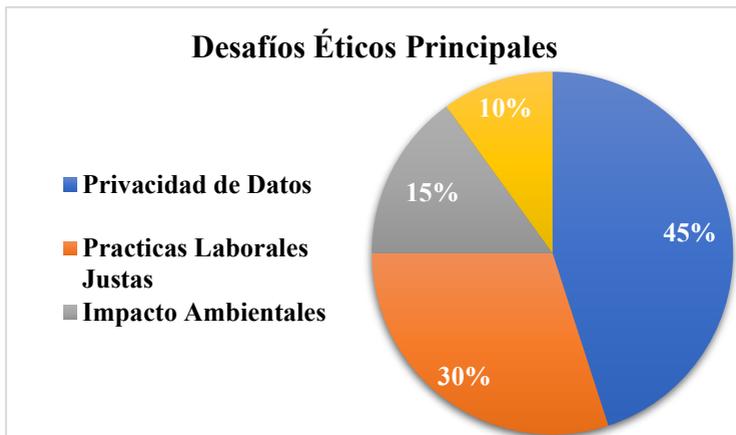


Ilustración 10 Desafíos Éticos Principales

- **Privacidad de datos:** 45% PwC CEO Survey, (2022)
- **Prácticas laborales justas:** 30% ILO World Employment Report, (2022)
- **Impacto Ambiental:** 15% McKinsey Sustainability Report, (2023)
- **Competencia Leal:** 10% Global Competition Review, (2022)

Nota: La gestión ética de datos y privacidad emerge como el principal desafío según el reporte de PwC.

Herramientas de Análisis de Datos

Para la gestión, procesamiento y análisis de la información obtenida, se utilizaron las siguientes herramientas especializadas:

- **Atlas.ti:** Para el análisis cualitativo de entrevistas y textos, permitiendo la codificación de discursos y la identificación de patrones éticos relevantes.
- **SPSS:** Para el análisis estadístico y procesamiento de datos cuantitativos obtenidos del cuestionario Delphi.

- **NVivo:** Para el análisis de contenido de códigos éticos institucionales, facilitando el reconocimiento de temas comunes y conceptos clave.
- **Tableau:** Para la visualización interactiva de datos y representación gráfica de los resultados obtenidos.

La aplicación de estas herramientas garantizó una interpretación rigurosa de los datos y una mayor precisión en la presentación de los hallazgos.

Diseño de Investigación

Tipo de estudio:

Este enfoque combinado fusiona técnicas cualitativas y cuantitativas con el objetivo de proporcionar una perspectiva completa del fenómeno ético en el contexto organizacional actual. La metodología mixta posibilita fusionar interpretaciones cualitativas de principios éticos y valores empresariales con evaluaciones cuantitativas de su uso e influencia en las organizaciones.

1. Transformación Postpandemia y Resiliencia Empresarial:

El artículo, resalta que, la etapa posterior a la pandemia de COVID-19 forzó a numerosas organizaciones a reconsiderar sus prioridades y adoptar una perspectiva más humana y sustentable de sus actividades. Las compañías que actuaron con rapidez y responsabilidad ante la crisis de salud evidenciaron que los valores éticos y la responsabilidad social son elementos esenciales para la resistencia de los negocios.

En términos políticos, la pandemia generó la demanda de respuestas gubernamentales y empresariales que daban prioridad a la salud pública y al bienestar social, lo que provocó un incremento en la regulación y las expectativas respecto al comportamiento de los negocios. En el ámbito económico, las interrupciones en las cadenas de abastecimiento y la inestabilidad del mercado subrayaron la relevancia de la capacidad de adaptación y la sostenibilidad para la supervivencia empresarial. La "Gran Renuncia" y el énfasis en el bienestar de los trabajadores también son repercusiones de este

periodo, en el que las compañías con firmes valores éticos y de Responsabilidad Social Empresarial obtuvieron beneficios competitivos en la captación y conservación de talento.

2. Ralentización de la Recuperación Económica Global y Política Monetaria Restrictiva:

El informe comienza señalando que, "la recuperación económica ha experimentado una ralentización..." y que "los bancos centrales implementaron una serie de acciones agresivas". Las autoridades monetarias de las economías avanzadas y en desarrollo han implementado el incremento más acelerado de las tasas de interés desde los años 80, con significativas consecuencias a nivel mundial. Esto evidencia la política monetaria mundial contemporánea, en la que las entidades bancarias centrales han dado prioridad al control de la inflación mediante elevadas tasas de interés, lo que repercute directamente en el desarrollo económico, la inversión y el empleo a escala global. En términos políticos, esto frecuentemente genera discusiones acerca del balance entre la estabilidad de precios y el desarrollo económico, y la autonomía de los bancos centrales.

3. Tensiones Geopolíticas y sus Repercusiones Económicas:

El documento hace referencia explícitamente a las "persistentes tensiones geopolíticas" como un elemento que ha propiciado el declive del ambiente macroeconómico actual. Esto repercute directamente en el comercio global, la inversión y el desarrollo industrial, creando incertidumbre y fluctuaciones en los mercados. Las sanciones financieras, los bloqueos en las cadenas de abastecimiento debido a disputas y las reestructuraciones de alianzas comerciales son evidentes expresiones de cómo la política global impacta en la economía.

4. Desaceleración en Grandes Economías Emergentes y Países de Ingresos Bajos y Medianos:

El reporte nos indica que "la actividad industrial, la inversión y el comercio global sufrieron una fuerte ralentización de grandes economías en desarrollo como China, Türkiye y Brasil." y que "se han agotado los recursos, en particular en los países de ingresos bajos y medianos." Esto resalta una inquietud económica a nivel mundial: la disparidad en el ritmo de recuperación y las constantes vulnerabilidades en las economías en

desarrollo. En términos políticos, esto podría generar más presiones sobre los gobiernos de estos países para descubrir nuevas vías de financiación y crear puestos de trabajo, frecuentemente recurriendo a la colaboración internacional.

5. El "Ser Humano" en el Centro de las Políticas de Empleo y la Justicia Social: Lo que nos dice la OIT, es que su misión en su papel de organismo es "impulsar un enfoque del futuro laboral enfocado en el ser humano mediante la generación de empleo, los derechos laborales, la protección y el diálogo sociales". Este es un elemento esencial en el actual debate político-económico, particularmente tras la pandemia. Los gobiernos, entidades internacionales y la sociedad civil están ejerciendo presión por políticas que traten la desigualdad, optimicen las condiciones de trabajo, aseguren la protección social y promuevan un crecimiento inclusivo, en contraposición a modelos económicos que solo valoran el incremento del PIB sin tener en cuenta el bienestar social.

6. Importancia de la Cooperación Internacional y la Productividad: La OIT (2024), subraya que "se debe impulsar y agilizar la tarea actual del G20 enfocada en promover la cooperación internacional para optimizar el uso de los fondos multilaterales de desarrollo." y que "es necesario que los gobiernos potencien las economías nacionales a través de acciones que impulsen el aumento de la productividad y el nivel de vida." En términos políticos, esto subraya la importancia de entidades multilaterales y líderes como el G20 en la coordinación de políticas económicas y de desarrollo. En el ámbito económico, la productividad es un impulsor esencial del crecimiento sostenible y la mejora de los niveles de vida, lo que demanda inversiones estratégicas y políticas de respaldo.

Compara ventajas y limitaciones del método elegido.

1. Visión Integral y Profunda

Ventaja: El diseño mixto posibilita fusionar la profundidad y riqueza de los datos cualitativos (adquiridos a través del análisis documental y el método Delphi) con la habilidad de generalizar y cuantificar los datos cuantitativos (evaluación estadística de los resultados del Delphi y de informes a nivel mundial). Esto es vital para un asunto complicado como la ética corporativa, que conlleva tanto principios subjetivos como efectos cuantificables.

2. Mayor Consumo de Tiempo y Recursos

Limitación: Suelen ser más exigentes en términos de tiempo, recursos humanos (se requieren habilidades en ambos tipos de investigación) y financieros, debido a la necesidad de diseñar, implementar y analizar múltiples componentes metodológicos.

3. Triangulación y Mayor Confiabilidad de los Hallazgos

Ventaja: Al utilizar múltiples fuentes y métodos de recolección y análisis de datos, se puede corroborar la información, lo que aumenta la validez y la solidez de los resultados. Si los hallazgos cualitativos y cuantitativos convergen, la confianza en las conclusiones es mayor.

4. Complejidad en la Integración de los Datos

Limitación: La mezcla e interpretación de los datos tanto cualitativos como cuantitativos pueden representar un reto metodológico considerable. Necesita un meticuloso diseño en la etapa de planificación y una capacidad analítica para condensar los descubrimientos de ambos métodos de forma consistente.

5. Abordaje de la Complejidad del Fenómeno

Ventaja: La ética corporativa y la Responsabilidad Social Empresarial son nociones multidimensionales y contextuales. Es apropiado un enfoque combinado para abordar estas diversas facetas, desde los

marcos teóricos hasta las aplicaciones prácticas y los retos particulares en distintos sectores o áreas (como la privacidad de datos en el ambiente digital).

6. Potenciales Desacuerdos o Discrepancias en los Hallazgos

Limitación: En ocasiones, los resultados tanto cualitativos como cuantitativos pueden resultar contradictorios, lo que demanda una interpretación meticulosa y una explicación detallada para solucionar estas discrepancias y prevenir conclusiones simplistas.

7. Generación de Conocimiento Más Holístico y Aplicable

Ventaja: Los hallazgos de una investigación mixta generalmente son más exhaustivos y beneficiosos para la toma de decisiones. Facilitan no solo la descripción del problema, sino también la exploración de sus orígenes, consecuencias y potenciales soluciones, simplificando la conversión de ideas en pautas operativas.

8. Posible Superficialidad en la Recolección de Datos de Cada Enfoque (si no se gestiona bien)

Limitación: Existe el riesgo de que, al intentar cubrir tanto lo cualitativo como lo cuantitativo, la profundidad o la representatividad de cada componente individual se vea comprometida si no se dedican recursos suficientes a cada uno.

Desarrollo

En este estudio, profundizamos en las bases éticas del comercio, la gestión y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), analizando cómo estos elementos son cruciales para la sostenibilidad y el triunfo de las organizaciones en el cambiante panorama económico y social contemporáneo.

Hemos notado que la RSE, más allá de ser un ejercicio meramente secundario, se ha convertido en un instrumento estratégico que guía la toma de decisiones empresarial, motivado por la creciente complejidad del ambiente y la presión continua de los grupos de interés (Nielsen, 2021).

La transformación del escenario corporativo, intensificada por la pandemia de COVID-19, ha enfatizado la urgente necesidad de que las compañías reconsideren sus prioridades hacia una perspectiva más humana y sustentable (Deloitte, 2022).

Las entidades que actuaron con rapidez y compromiso durante la crisis de salud, dando prioridad a la salud y el bienestar de sus trabajadores y comunidades, evidenciaron que los valores éticos y la responsabilidad social no son barreras, sino recursos inestimables para la resistencia y el desarrollo a largo plazo.

Además, se resalta el rol principal de la transformación digital como facilitadora de la ética en las organizaciones. Instrumentos como la inteligencia artificial, el estudio de datos y las plataformas en línea facilitan la supervisión en tiempo real del cumplimiento de compromisos éticos, incrementar la trazabilidad y la transparencia, y promover la implicación de los interesados en la toma de decisiones.

Este empleo estratégico de la tecnología fomenta una cultura corporativa enfocada en la responsabilidad y la administración anticipada de riesgos.

Se nota una tendencia ascendente hacia la ética como un componente transversal en la cultura de la organización, no solo desde un enfoque reactivo o de cumplimiento, sino como un núcleo guía del liderazgo empresarial. De acuerdo con Solomon (2022), "la ética no puede ser un complemento a las decisiones corporativas, sino que debe ser el punto de partida para establecer lo que es factible y lo que es permisible para una organización dedicada al bienestar colectivo".

Esta declaración subraya que la ética corporativa no debe ser considerada como un instrumento estratégico independiente, sino como un conjunto de valores que impregna las políticas internas, las relaciones con el exterior y la visión a largo plazo.

En este contexto, las empresas que consiguen armonizar sus decisiones con fuertes principios morales suelen fomentar ambientes de trabajo más sanos, fortalecer su legitimidad frente a la sociedad y

aportar de manera activa a la edificación de un entramado económico más equitativo.

Finalmente, este estudio demuestra que el auténtico valor de la ética empresarial no se encuentra únicamente en el acatamiento de las regulaciones, sino en su habilidad para reinterpretar el objetivo de la empresa, promover la innovación responsable y edificar organizaciones más humanas, sustentables y vinculadas con las demandas de la sociedad.

Resultados

El estudio realizado acerca de las bases éticas del comercio, la gestión y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) muestra descubrimientos relevantes que evidencian el rol estratégico de la ética en las organizaciones contemporáneas.

Uno de los hallazgos más relevantes indica que las compañías aprecian más los principios éticos como la transparencia (27%), la responsabilidad social (26%), la integridad (24%) y la sostenibilidad (23%). Esta información muestra una demanda social cada vez mayor por prácticas de negocios coherentes y responsables (Edelman Trust Barometer, 2022; Nielsen Global Survey, 2021; Global Business Ethics Survey, 2022; KPMG Sustainability Reporting, 2022). Respecto a la correlación entre la ética y la rentabilidad, la investigación indica que el 35% del valor de la marca está directamente relacionado con la reputación ética de la compañía.

Adicionalmente, comportarse de manera responsable ayuda a disminuir los riesgos legales en un 25%, incrementa la fidelidad del cliente en un 20% y potencia el acceso a inversiones sostenibles en un 15% (Edelman Trust Barometer, 2024; Harvard Law School Corporate Governance Report, 2023; Nielsen Global Sustainability Report, 2021; BlackRock Annual Client Letter, 2024). En relación con la aplicación concreta de la RSE, los datos señalan que las compañías concentran sus esfuerzos en cuatro áreas fundamentales: programas medioambientales (40%), desarrollo comunitario (30%), prácticas laborales éticas (20%) y gobierno corporativo (10%) (UN Global Compact Progress Report, 2022;

CECP Giving in Numbers, 2022; Deloitte Human Capital Trends, 2022; PwC Corporate Directors Survey, 2022).

En cuanto a los desafíos éticos actuales, el más apremiante es la privacidad de la información (45%), seguida por las prácticas laborales equitativas (30%), el impacto ecológico (15%) y la competencia equitativa (10%). Estos retos evidencian la importancia de renovar marcos regulatorios y procesos internos frente a las variaciones del ambiente digital y globalizado (PwC CEO Survey, 2022; ILO World Employment Report, 2022; McKinsey Sustainability Report, 2023; Global Competition Review, 2022).

Además, el estudio Delphi enfatiza la función de los interesados en el fomento de la ética corporativa. Los colectivos con mayor impacto en la conducta ética empresarial son los clientes (30%), los trabajadores (25%), los inversores (20%) y las comunidades locales (15%) (Sondaje Mundial de Éticas Empresariales, 2023; EY Global Code of Conduct Benchmarking, 2024; UNGC, 2024; SEDEX, 2025). Sin embargo, únicamente el 40% de las grandes corporaciones han establecido códigos de ética con sistemas de responsabilidad efectivos, lo que muestra una disparidad entre el discurso ético y su efectiva implementación (EY Benchmarking, 2024).

Con la conclusión de los hallazgos que demuestran que la ética corporativa ya no es meramente un elemento moral, sino una táctica fundamental que fomenta la sostenibilidad y competitividad en el contexto organizacional actual. En un entorno marcado por incertidumbres económicas tensiones geopolíticas y transformación digital las empresas más resilientes son aquellas que han colocado la ética en el centro de su modelo de gestión.

17.4 Conclusión

A partir del análisis desarrollado, se evidencia que los fundamentos éticos en el comercio, la administración y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) constituyen un marco indispensable para la sostenibilidad y legitimidad de las organizaciones en el siglo XXI. La RSE, lejos de ser una mera exigencia normativa, se configura como

una dimensión estratégica que fortalece la competitividad, la resiliencia y la vinculación con los stakeholders.

En primer lugar, se observa que la integración de principios éticos en la cultura corporativa —como la transparencia, la equidad y el compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)— permite a las empresas adaptarse a un entorno global caracterizado por crisis multidimensionales (económicas, sociales y ambientales). En segundo término, la RSE emerge como un mecanismo para generar valor compartido, al vincular el éxito económico con impactos positivos en las comunidades y el medioambiente.

Finalmente, se destaca la necesidad de colaboración entre actores públicos, privados y la sociedad civil para abordar desafíos complejos, desde la desigualdad hasta la digitalización inclusiva.

En síntesis, este trabajo subraya que la ética empresarial y la RSE no son opcionales, sino pilares estructurales para un modelo de gestión que equilibre rentabilidad con responsabilidad. Futuras investigaciones podrían profundizar en métricas de impacto y casos empíricos que validen la correlación entre prácticas éticas y desempeño organizacional en contextos regionales específicos.

**Docentes Investigadores Nacionales e
Internacionales de Renombre**



Galvarino Lautaro Casanueva Yáñez

**Docente de la Universidad de Las Américas - Sede
Providencia**



Carlos Alberto Almeida Alvarado

Docente Universidad Tecnológica ECOTEC



Carlos Palomino Encalada

Universidad Tecnológica ECOTEC



Capítulo XVIII

Transformación Digital y Auditoría Gubernamental en Ecuador: Reflexiones sobre el Modelo Cero Papeles y su importancia



Carlos Alberto Almeida Alvarado

Docente Universidad Tecnológica ECOTEC

Carlos Palomino Encalada

Docente Universidad Tecnológica ECOTEC

18.1 Resumen

La transformación digital en la administración pública busca optimizar recursos, mejorar la eficiencia y reducir el impacto ambiental. En Ecuador, el modelo de gestión cero papeles es clave para modernizar la gestión pública. Este artículo analiza cómo las tecnologías digitales, firmas electrónicas y sistemas de gestión documental pueden optimizar la auditoría gubernamental.

Se incluye una revisión de las normativas clave, como el Acuerdo Ministerial 140 de 2015, que promueve la modernización a través del incentivo de uso de tecnologías limpias y sostenibles, y la Agenda de Transformación Digital 2022-2025, que establece un marco claro para la digitalización en Ecuador. Además, se exploran los beneficios de implementar sistemas automatizados de auditoría respaldados por tecnologías emergentes.

Finalmente, se analizan las oportunidades de desarrollo clave, en cuanto a la infraestructura tecnológica, la interoperabilidad entre entidades públicas y la seguridad de la información, que son fundamentales hacia una auditoría digital sostenible.

Palabras clave: auditoría automatizada, gestión cero papeles, transformación digital, digitalización, Contraloría General del Estado, auditoría gubernamental, tecnologías emergentes.

18.2 Introducción

La transformación digital en la auditoría gubernamental es esencial para modernizar la administración pública en Ecuador. Los procesos de auditoría gubernamental pueden potenciarse mediante el uso de la tecnología.

La dependencia de documentación física con alto costo de consumo, puede superarse mediante un modelo de gestión cero papeles respaldados por un marco normativo que fomenta la modernización y sostenibilidad.

El Acuerdo Ministerial 140 de 2015, junto con el Acuerdo 37 de 2021, promueve la adopción de tecnologías limpias y la digitalización de procesos en el sector público. Además, la Agenda de Transformación Digital 2022-2025 refuerza este enfoque hacia la digitalización y optimización de operaciones.

Esta agenda promueve la adopción del uso de firmas electrónicas, la gestión documental digital y la interoperabilidad entre entidades públicas. Estas tecnologías hacen que los procesos públicos sean más ágiles, seguros y accesibles.

Implementar un modelo de gestión cero papeles contribuyen además a la sostenibilidad ambiental al minimizar el uso de recursos físicos. Este artículo analiza la situación actual de la auditoría gubernamental en Ecuador, y cómo la implementación de un sistema de auditoría gubernamental cero papeles pueden potenciar esa labor.

18.3 Literatura

La digitalización de los procesos gubernamentales ha optimizado la gestión de recursos y mejorado el servicio público. En auditoría gubernamental, es clave para integrar tecnologías emergentes. Brynjolfsson y McAfee (2014) señalan que la digitalización mejora el acceso a la información y la rendición de cuentas, reduciendo la dependencia de procesos manuales mediante firmas electrónicas y sistemas de gestión documental.

La Agenda de Transformación Digital 2022-2025 en Ecuador, impulsa la modernización mediante la digitalización y la interoperabilidad, con un enfoque en la simplificación de trámites a través de firmas electrónicas. Países como Estonia y Dinamarca ofrecen ejemplos de cómo la gestión digital puede optimizar los servicios públicos de manera significativa.

18.4 Metodología

Esta investigación utiliza un enfoque cualitativo-descriptivo, complementado con un análisis comparativo de las mejores prácticas internacionales en auditoría digital gubernamental. El objetivo es identificar los beneficios de un modelo de gestión cero papeles y abordar los desafíos de su implementación.

Enfoque Metodológico

El estudio analiza documentación técnica y normativa sobre auditoría digital, revisando la legislación ecuatoriana, especialmente el Acuerdo Ministerial 140 de 2015 y la Agenda de Transformación Digital 2022-2025. Además, se examinó la digitalización en países como Estonia y Dinamarca.

Los elementos clave del análisis metodológico incluyen:

Revisión documental: Se realizó una revisión exhaustiva de normativas y documentación técnica sobre la auditoría digital en Ecuador.

Análisis comparativo: Se estudiaron los casos de Estonia y Dinamarca, líderes en digitalización de servicios públicos.

Entrevistas: Se entrevistó a auditores internos para conocer su percepción sobre los procesos actuales de auditoría y las oportunidades de mejora a través de la digitalización.

Recolección de Información

La información fue recolectada a partir de fuentes secundarias, tales como:

- **Normativas y leyes ecuatorianas:** El Acuerdo Ministerial 140 de 2015 promueve la modernización del sector público mediante el uso de tecnologías limpias y digitales,

reduciendo el uso de papel y mejorando la eficiencia operativa. También se tomó como referencia la Agenda de Transformación Digital 2022-2025, que establece un marco estratégico para la digitalización en Ecuador.

- **Documentación técnica internacional:** Se analizaron casos de digitalización en países como Estonia y Dinamarca, cuyos enfoques exitosos en la administración pública proporcionan lecciones valiosas para la integración de tecnologías.
- **Publicaciones académicas y técnicas:** Se revisaron estudios sobre la transformación digital en auditoría, como los de Brynjolfsson y McAfee (2014), Parviainen et al. (2017) y análisis sobre el impacto ambiental de la digitalización.
- **Entrevistas a expertos:** Se realizaron entrevistas a auditores internos mediante un cuestionario semi-estructurado, centrado en analizar cómo la digitalización influye en la eficiencia, y sostenibilidad de los procesos de auditoría.

Análisis de Normativa Vigente

El análisis de la normativa vigente revisará las leyes y regulaciones que apoyan la auditoría digital en Ecuador, como el Acuerdo Ministerial 140 de 2015, que impulsa el uso de tecnologías limpias en el sector público, y la Ley de Comercio Electrónico de 2002, que valida los documentos y firmas electrónicas. Además, se analizará la Agenda de Transformación Digital 2022-2025, que establece directrices para la modernización del Estado mediante tecnologías digitales. Este análisis identificará las fortalezas del marco legal y las oportunidades para mejorar las auditorías gubernamentales con tecnología.

18.5 Resultados

Este artículo revela los beneficios de la gestión cero papeles en auditorías gubernamentales, como la reducción de costos y la mejora

en la eficiencia operativa. Estos beneficios proporcionan el contexto para profundizar en los siguientes temas que se exponen a continuación.

Ahorro en Costos Operativos

El uso de tecnologías digitales en la gestión documental, tiene un impacto significativo en la reducción de costos operativos para una organización. La eliminación del papel y la disminución de la necesidad de almacenamiento físico y transporte de documentos liberarán recursos económicos para ser reorientados a áreas estratégicas. La digitalización minimiza los costos asociados con la impresión, transporte y almacenamiento de la documentación física, así como el riesgo de su pérdida o daño.

Optimización de la Eficiencia Operativa

La transformación digital no solo reduce costos, sino que también optimiza la eficiencia operativa. Un modelo de gestión cero papeles permite acceder a documentos digitalizados instantáneamente, eliminando la necesidad de búsquedas físicas, lo que reduce tiempos de respuesta para los auditores.

Impacto ambiental positivo

Uno de los impactos más notables de la gestión cero papel es su contribución a la sostenibilidad ambiental. La reducción del uso de papel, a través de la digitalización de los procesos, ayuda a conservar recursos naturales y disminuye la huella de carbono relacionada con la producción y transporte de papel.

Según la World Wildlife Fund (WWF), la industria del papel consume entre el 33% y el 40% de toda la madera industrial comercializada en el mundo, lo que resalta la importancia de soluciones digitales (Environmental Paper Network, 2018).

Bowyer (2020) respalda esta información al afirmar que la digitalización puede ayudar a reducir la huella ambiental de sectores

dependientes del papel. Al adoptar un sistema digital, se contribuye a la conservación de recursos naturales y se apoya los esfuerzos globales para mitigar el cambio climático al reducir el consumo de materiales no renovables.

Análisis Normativo

Para comprender el marco regulatorio que promueve la transformación digital y la gestión cero papeles en Ecuador, se realizó un análisis detallado de los siguientes instrumentos legales:

Constitución de la República del Ecuador: El artículo 227 establece que "la administración pública constituye un servicio a la colectividad" regido por principios como eficacia, eficiencia y transparencia. Esto obliga a las instituciones a garantizar la eficiencia en sus servicios, lo que se puede lograr con la implementación de sistemas digitales que optimicen procesos y mejoren la gestión de recursos.

Código Orgánico Administrativo: El Código Orgánico Administrativo, en los artículos 93 y 94, establece que la administración pública utilizará certificados digitales de firma electrónica y que las personas podrán usarlos en sus interacciones con las instituciones. Además, el Estado organizará archivos para conservar digitalmente los documentos originales o copias y facilitar el acceso de las administraciones a esos documentos mediante medios informáticos.

Ley Orgánica para la Optimización y Eficiencia de Trámites Administrativos (2018): Esta Ley complementa el Acuerdo 140 al promover la digitalización de procesos para simplificar los trámites administrativos. Su objetivo es reducir los costos operativos de los trámites físicos y mejorar la relación entre ciudadanos y la administración pública, estableciendo que los trámites sean rápidos, simples y accesibles, fomentando la digitalización en todas las entidades públicas.

Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos (2002): Constituye un pilar clave en la digitalización de los procesos de auditoría. Esta ley otorga validez legal a los documentos digitales y las firmas electrónicas, lo que permite a la Contraloría General del Estado llevar a cabo auditorías en las que se puede aceptar descargos a través de documentos digitales firmados de forma electrónica. Esto no solo agiliza los procesos, sino que también reduce el uso de papel.

Agenda de Transformación Digital 2022-2025: La Agenda de Transformación Digital 2022-2025, liderada por el MINTEL, impulsa la modernización del Estado ecuatoriano. Establece directrices para transformar la administración pública con tecnologías emergentes, optimizando servicios y fortaleciendo la eficiencia. El plan incluye la interoperabilidad entre entidades y la implementación de plataformas digitales que mejoran la relación entre ciudadanos y el Estado, ofreciendo servicios más ágiles y transparentes.

Acuerdo Ministerial 131 de 2010: El Acuerdo Ministerial 131 de 2010, emitido por el Ministerio del Ambiente, fue el primer marco normativo en Ecuador que promovió la gestión cero papeles en la administración pública, fomentando la digitalización. Aunque su principal objetivo era reducir el impacto ambiental, también mejoró la eficiencia operativa mediante la simplificación de los procesos y el uso de plataformas digitales. Este acuerdo ya ha sido derogado.

Acuerdo Ministerial 140 (2015): Este acuerdo emitido por el Ministerio del Ambiente derogó el Acuerdo Ministerial 131. Aunque su enfoque está más relacionado con los incentivos ambientales, menciona el uso de tecnologías limpias y digitales como parte de un marco normativo que busca modernizar y hacer más eficientes las operaciones administrativas. En este contexto, hay un enfoque hacia la modernización general de procesos y el uso de tecnologías sostenibles.

Acuerdo Ministerial 37 (2021): Este acuerdo emitido por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica complementa el Acuerdo 140 y refuerza los incentivos ambientales y tecnológicos para fomentar prácticas sostenibles. No se enfoca directamente en procesos de digitalización, pero sí en incentivar la adopción de tecnologías que puedan alinearse con procesos más eficientes en la gestión de recursos.

Resolución No. R.E-SERCOP-2023-0134: El artículo 20 establece que “todos los documentos emitidos en los procesos de contratación pública deben estar suscritos mediante firma electrónica, en las etapas preparatoria, precontractual, contractual y evaluación ex post.

Normas Técnicas de Control Interno: Las Normas Técnicas de Control Interno para Entidades, Organismos del Sector Público y de las Personas Jurídicas de Derecho Privado que Dispongan de Recursos Públicos actualmente fomentan y permiten el uso de tecnologías de la información, incluyendo la firma electrónica, como medios para optimizar la gestión documental y garantizar la validez de los documentos electrónicos en las entidades públicas.

Acuerdo No. 009 –CG–2024: El Acuerdo No. 009–CG–2024, en cumplimiento del artículo 31 de la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado, establece el reglamento para las notificaciones electrónicas de la Contraloría General del Estado. Regula dichas notificaciones en todos los procedimientos, garantizando los derechos constitucionales y el debido proceso en los informes emitidos por la institución.

Análisis Comparativo

Este análisis se enfoca en dos ejemplos clave de países que han digitalizado exitosamente sus procesos, eliminando la dependencia de documentos físicos y adoptando el uso generalizado de firmas electrónicas. Estas experiencias ofrecen una guía valiosa para Ecuador.

Estonia: Un Gobierno Completamente Digitalizado

Estonia es un líder en gobierno digital, habiendo digitalizado casi todos sus procesos administrativos, incluidas las auditorías. Su Oficina Nacional de Auditoría usa un sistema digital que permite acceder a documentos en plataformas centralizadas, sin soporte físico. La clave de su éxito es el uso de firmas electrónicas legalmente vinculantes, que autentican documentos, agilizan los procesos y mejoran la colaboración entre entidades públicas.

Dinamarca: Digitalización y Uso de Firmas Electrónicas

Dinamarca ha digitalizado completamente los procesos de auditoría gubernamental, utilizando documentos y firmas electrónicas para validarlos, eliminando la necesidad de soporte físico. Esto asegura la validez legal de los documentos sin intermediarios físicos, mejorando la eficiencia operativa, la seguridad y la trazabilidad de los documentos auditados. Este enfoque muestra cómo la digitalización completa y el uso de firmas electrónicas pueden transformar la gestión pública de manera significativa.

Discusión

A lo largo de este artículo se ha subrayado la relevancia del modelo de gestión cero papeles y el marco legal que lo respalda. Este enfoque no solo impulsa la modernización de la administración pública, sino que también abre oportunidades significativas para optimizar los procesos de auditoría gubernamental. A continuación, se describen las principales oportunidades y beneficios inherentes a la aplicación del modelo de gestión cero papeles en la auditoría gubernamental.

Automatización de los Procesos

La Contraloría General de Estado cuenta en la actualidad con un sistema para el seguimiento y registro de cumplimiento de recomendaciones para los funcionarios y servidores públicos

auditados, lo que es un paso positivo y en firme hacia la modernización, logrando mejorar la eficiencia de los procesos de auditoría y facilitando la recolección y validación de información requerida. Permite que se carguen documentos, generen reportes y se mida el progreso a través de métricas. La utilización de este sistema logra que el flujo de información sea más ágil, seguro y transparente, impulsando una gestión de control más eficiente y orientada a resultados.

Uso de Firmas Electrónicas

El reconocimiento, validez y uso de firmas electrónicas en Ecuador representa un avance significativo hacia la modernización y digitalización de los procesos en la administración pública. Amparado por la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos (2002), este marco legal establece la validez de las firmas electrónicas, permitiendo que los documentos auditados en formato digital, sean reconocidos legalmente sin la necesidad de copias físicas. Este desarrollo no solo ha consolidado un terreno firme para la transformación digital en el país, sino que también facilita la recepción de descargos por parte de los auditados en formato digital con firma electrónica, los cuales son aceptados en la actualidad en los procesos de auditoría por parte de los auditores.

Oportunidades clave para el desarrollo del modelo de Gestión Cero Papeles

A continuación, se presentan oportunidades clave para impulsar la transformación digital, con un enfoque en la optimización de las auditorías gubernamentales:

Infraestructura Tecnológica

Una oportunidad clave para continuar consolidando la implementación de la transformación digital en el Ecuador es el desarrollo continuo de la infraestructura tecnológica. La transición hacia un modelo completamente digital, que abarque las auditorías gubernamentales, depende de la adopción de soluciones tecnológicas

que permitan una gestión eficiente de la información. Esto incluye sistemas robustos de almacenamiento en la nube, que aseguren la disponibilidad y acceso rápido a los datos, así como plataformas de gestión documental optimizadas que permitan el manejo organizado y seguro de grandes volúmenes de información.

Seguridad de la Información y Protección de Datos

La digitalización de las auditorías requiere asegurar la protección de datos sensibles y la seguridad de la información. Dado que las auditorías gubernamentales manejan grandes volúmenes de datos críticos sobre el uso de recursos públicos, es fundamental fortalecer continuamente los sistemas de ciberseguridad para prevenir posibles riesgos futuros.

La adopción de normas internacionales de seguridad de la información y el cumplimiento de regulaciones en el Ecuador sobre la protección de datos son tareas claves para potenciar la confidencialidad e integridad de los documentos y procesos auditados.

Interoperabilidad entre Entidades Públicas

Ecuador ha avanzado significativamente en la interoperabilidad entre instituciones públicas. Es esencial continuar en el camino actual de la gestión y coordinación interinstitucional, especialmente a través de la DINARDAP. Los esfuerzos de la DINARDAP han facilitado una mayor fluidez en el intercambio de datos entre entidades públicas, demostrando que la interoperabilidad es un pilar clave para la modernización.

La Agenda de Transformación Digital 2022-2025 del Ecuador incentiva el desarrollo y uso de sistemas de interoperabilidad por parte de las entidades del estado para optimizar las transacciones e interacciones entre ellas, por lo que es importante aprovechar la oportunidad y los lineamientos brindados para potenciar la interoperabilidad entre la Contraloría General del Estado y las demás instituciones públicas con las que está interrelacionada transversalmente en cuanto a sus procesos.

Implementación de la Inteligencia Artificial

La implementación de herramientas de inteligencia artificial (IA) en la auditoría gubernamental puede servir para ayudar en la guía y validación de los documentos de respuesta de los auditados durante la etapa de elaboración previo a su envío, minimizando errores, sugiriendo los pasos a seguir y los formatos para el cumplimiento efectivo de determinada recomendación, lo cual mejora la efectividad de los descargos en cuanto a lo que debe cumplir y reduce la carga administrativa del lado del auditor al evitar que los auditados carguen información no relevante y que no evidencie el cumplimiento.

Fortalecimiento Normativo

Ecuador está demostrando un sólido compromiso hacia la modernización de la administración pública a través de su agenda de transformación digital, leyes, reglamentos, acuerdos ministeriales y planes que respaldan e incentivan la transformación digital, siendo el desafío que se avizora el incrementar e incentivar el uso de la firma electrónica específicamente para los procesos de auditorías gubernamentales.

Adicionalmente, el fortalecimiento normativo puede considerar el uso de herramientas tecnológicas emergentes, como la inteligencia artificial, blockchain, entre otras. Estas tecnologías permitirán optimizar la toma de decisiones, automatizar procesos complejos y mejorar la capacidad de análisis en tiempo real.

Contribuciones de la Contraloría a la Gobernanza Legislativa

La Contraloría General del Estado ha fortalecido su rol técnico en el control gubernamental a través de la consolidación de un modelo de auditoría forense, orientado a la detección temprana de irregularidades y al fortalecimiento de la integridad institucional. En este contexto, la implementación del Sistema de Monitoreo Fiscal ha permitido

avanzar hacia una supervisión más proactiva y transparente de los recursos públicos, mediante herramientas digitales que facilitan el acceso a la información y promueven una mayor responsabilidad en la gestión estatal. Estas iniciativas han contribuido al impulso de normativas clave en materia de transparencia, consolidando el papel de la Contraloría como actor técnico relevante en la formulación legislativa.

Accesibilidad y Capacitación en Tecnologías Digitales

La adopción de tecnologías digitales requiere la capacitación del personal en el uso de sistemas y herramientas digitales avanzadas. La capacitación continua en tecnologías digitales asegurará una transición fluida hacia las mejoras de los sistemas actuales o hacia los nuevos sistemas que se implementen. Este desafío incluye mantener la capacitación programada a todo el personal en estos temas.

Cultura Organizacional hacia la Digitalización

Finalmente, un desafío clave es la transformación de la cultura organizacional hacia una mentalidad más tecnológica y digital. Aunque los beneficios de la transformación digital son claros, es fundamental seguir fomentando una cultura que priorice la innovación, adopte el cambio tecnológico y promueva la eficiencia junto con la sostenibilidad ambiental.

Proyecciones para Investigaciones Futuras

El presente artículo ofrece una base sólida para comprender los avances y desafíos de la transformación digital en la auditoría gubernamental en Ecuador. Este enfoque puede enriquecerse en futuras investigaciones que profundicen en el análisis de casos específicos de implementación del modelo de gestión cero papeles en diversas entidades públicas. Asimismo, la evaluación práctica del impacto del uso de la firma electrónica, así como de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y la interoperabilidad, constituye una línea de investigación prometedora. Estos estudios podrían aportar evidencia empírica relevante para fortalecer el diseño

de políticas públicas orientadas a la modernización del control en la gestión estatal.

18.6 Conclusiones

La transformación digital en las auditorías gubernamentales contribuye a la modernización de los procesos de fiscalización en Ecuador, alineándose con los principios de eficiencia, transparencia y sostenibilidad promovidos en la Agenda de Transformación Digital 2022-2025.

La implementación de un modelo de gestión cero papeles institucional junto con el uso de tecnologías como las firmas electrónicas, optimiza los recursos, reduce significativamente los costos operativos y mejora la trazabilidad de los procesos.

La Contraloría General del Estado del Ecuador ha reafirmado su compromiso con la modernización institucional mediante la implementación de soluciones tecnológicas que fortalecen la trazabilidad, la eficiencia y la transparencia en los procesos de control gubernamental. Entre estas herramientas destaca el Sistema de Información y Seguimiento de Control, una plataforma diseñada para gestionar electrónicamente los informes de auditoría, realizar el seguimiento sistemático del cumplimiento de las recomendaciones emitidas y garantizar la trazabilidad documental de las actuaciones de control. Este sistema ha optimizado la recolección, validación y disponibilidad de la información, facilitando una auditoría más ágil, eficaz y orientada a resultados concretos.

En relación a los avances demostrados en infraestructura tecnológica, seguridad y usabilidad de SISCOMWEB, aún se identifica una brecha importante en la incorporación de capacidades basadas en inteligencia artificial, especialmente si se compara con soluciones implementadas por otras Entidades Fiscalizadoras Superiores en la región. En este contexto, es recomendable el desarrollo e integración de un asistente virtual inteligente que complemente sus funcionalidades actuales y potencie su impacto operativo. Este asistente podría incorporar capacidades como: (i) atención automatizada en tiempo real a consultas de entidades fiscalizadas y ciudadanía; (ii) procesamiento de solicitudes a través de lenguaje natural; (iii) generación de alertas

tempranas ante riesgos financieros u operativos; y (iv) apoyo al trabajo auditor mediante análisis automatizados de información crítica. La incorporación de estas funcionalidades permitiría potenciar el modelo de fiscalización actual.

El marco normativo, compuesto por la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos (2002), el Acuerdo Ministerial 140 de 2015 y la Agenda de Transformación Digital 2022-2025, proporciona una base jurídica sólida y directrices estratégicas claras para continuar impulsando la transformación digital en Ecuador.

La ruta hacia una administración pública más digital y eficiente ya se encuentra definida. Para consolidar este proceso, resulta esencial continuar promoviendo la adopción de la firma electrónica y la incorporación progresiva de tecnologías basadas en inteligencia artificial.

Estas herramientas son clave para materializar el modelo de gestión cero papeles, orientado a la desmaterialización integral de los trámites administrativos, incluyendo los procesos de auditoría gubernamental. La transformación digital de estos componentes no solo mejora la agilidad operativa, sino que también fortalece la transparencia, la trazabilidad y la sostenibilidad en la gestión pública.



Capítulo XIX

El nuevo desafío de Recursos Humanos y la importancia de crear valor con los colaboradores



Galvarino Lautaro Casanueva Yáñez

**Docente de la Universidad de Las Américas - Sede
Providencia**

De acuerdo con Osterwalder et al. (2015) “*Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor*” Por otro lado, y de acuerdo con los mismos autores, se llama creación de valor:

al conjunto de beneficios de la propuesta valor que se diseña para atraer a un cliente, y que esa propuesta de valor es una descripción precisa y fácil de entender e identificar por un cliente sobre lo que le estás aportando para resolver su problema. (Osterwalder et al., 2015, prólogo)

El escenario ha cambiado para todas las empresas que conforman las denominadas Pyme’s y, hoy por hoy, todos los factores que contribuyen a generar valor (tecnología, financiamiento, mercados e información) están disponibles y, por ende, al alcance de todos, o por lo menos para todas las empresas que conforman la competencia de una organización.

Las empresas requieren planificar sus ingresos y beneficios que esperan capturar y lo hacen a través de un modelo de negocios en donde definen las pautas a desarrollar para atraer clientes, entre otros asuntos relacionados con la configuración de los recursos de la organización.

En relación con dicha planificación, y de acuerdo con Osterwalder & Pigneur, ellos manifestaron que “*El ámbito de la innovación en modelos de negocios está evolucionando a pasos agigantados*” (2011, prólogo)

En esta innovación, y en concordancia con González (2005), “*Resulta evidente y urgente que los recursos humanos deben ser una fuente de ventaja competitiva para cualquier empresa*”. (pág. xv)

El mismo autor señala que: “*Este modelo de soluciones de negocios exige arrancar de una definición clara de la estrategia y planes del negocio de donde debe emanar la estrategia de Recursos Humanos y donde la subordinación de ésta a aquélla debe ser evidente.*” (González, 2005, pág.1)

19.1 Introducción

La importancia que los modelos de negocios estén centrados en la gestión del talento por parte de la organización y de Recursos Humanos en particular es cada vez más evidente, y de acuerdo con García (2013) que plantean que *“Asimismo, se pudo observar que, en la praxis empresarial, los gerentes focalizan la generación de valor en los accionistas y clientes en primera instancia; luego, aparecen los trabajadores como un grupo de interés clave para los intereses organizacionales.”* (pág.23)

Queda claro que los colaboradores talentosos conforman en la actualidad recursos humanos que no son transferibles, vale decir, que no los puede disponer una organización económica en particular y su competencia a la vez.

Es cierto, todas las empresas pueden producir talento, pero un colaborador talentoso en particular no estará disponible sino para una empresa específica, a menos que la organización permita que ese colaborador talentoso abandone la organización, dado que no fue capaz de generar políticas para retenerlo.

El gran desafío que enfrentan las empresas en la actualidad es lograr que sus colaboradores puedan ser más productivos y, por ende, puedan crear valor.

Ello es posible cuando la empresa logra alinear la estructura organizacional a la estrategia seleccionada, implementada y desarrollada. Se deduce que lo anterior es factible si la empresa diseña una organización que realmente requiere y no la que tiene.

A muchas Pyme's se les ha reducido el margen de operaciones y de gestión debido a que tienen organizaciones ineficientes e ineficaces, y otras tanto han desaparecido del mercado por la misma causa.

Las Pyme's deben detectar esta deficiencia organizacional a tiempo para poder diseñar estructuras idóneas a sus planes de negocios, pudiendo así reasignar su factor talento disponible en aquellas áreas y procesos que produzcan un mayor valor, eliminando o reduciendo cargos dentro de la organización que no producen contribución

alguna, para finalmente que la empresa pueda evaluar y medir con una mayor exactitud sus resultados.

19.2 Desarrollo

Es de primera importancia establecer una adecuada definición de la organización, de sus planes, de su estrategia, sus objetivos y, en lo fundamental, definir y establecer indicadores de resultados que permitan evaluar constantemente el desempeño de la organización.

Posteriormente, se requiere diseñar y adoptar estructuras organizacionales convenientes y favorables para todos los procesos que requiere manejar la empresa.

Urge que los empresarios, administradores y/o gestores de empresas puedan entender que, para producir una condición de competitividad, la empresa debe diseñar adecuadas descripciones de cargos, con descripciones claras de su aporte a la generación de valor, de los objetivos esperados de su ejecución, de todas las actividades asociadas y sus respectivos indicadores de resultados.

Las Pyme's requieren urgentemente que la función de Recursos Humanos desarrolle portafolios de productos y/o servicios que les facilite crear valor y establezcan cómo producirlo.

Para ello es fundamental entender que el valor se mide en los resultados producidos por la empresa.

Es condición que el área de Recursos Humanos tenga absoluto conocimiento de la empresa como negocio, de la estrategia formulada e implementada en la organización y que diseñe y defina su actuar presente y futuro, de todos los procesos involucrados, de su cartera de clientes y de sus factores diferenciales que le permiten o permitirán a la empresa producir valor.

Este conocimiento le entrega al área de Recursos Humanos el insumo necesario y suficiente para capturar información e identificar las múltiples necesidades potenciales de todos los clientes internos de la organización y, con ello, establecer y construir el portafolio mencionado de productos y/o servicios de valor.

A modo de ejemplo, dar respuesta a la interrogante ¿Qué requiere la función de producción del área de Recursos Humanos para poder incrementar la productividad de sus colaboradores?

El poder construir el portafolio y entregar productos y/o servicios al área operacional, por ejemplo, convierte a la función de Recursos Humanos de una organización en un socio estratégico de la empresa.

Recursos Humanos podría, por ejemplo, desarrollar un portafolio de tres a cuatro productos de alto impacto para el negocio.

Por ejemplo, el producto de “Gestión del Conocimiento” para aquellas organizaciones que construyen su estrategia de negocio justamente a través de una alta gestión del conocimiento.

Esto constituye un potente activo y de alta competitividad para enfrentar y participar en el mercado.

La oferta del área de Recursos Humanos será la de proyectar, ejecutar e inspeccionar la capitalización, suministro y aprovechamiento del conocimiento especializado que tienen los colaboradores clave dentro de la organización.

El producto generado tiene su fundamento en que una gran parte del valor producido por el negocio radica en el conocimiento especializado que poseen algunos de los empleados en relación con las operaciones y su administración, como sobre la identificación y, por ende, detección de oportunidades en el mercado.

Las Pyme's deben medir continuamente todos sus procesos si pretenden crecer, desarrollarse y permanecer en el mercado en forma competitiva. Una empresa que no puede o no sabe medir sus procesos y/o actividades le será imposible conocer dónde empezar siquiera mejorar su gestión.

La importancia y beneficios de la medición de los aportes de los colaboradores es clara para las organizaciones: facilita el control del desempeño y permite su corrección en aras de una mayor productividad.

Con los indicadores establecidos y definidos se puede, para el primer caso, rediseñar las cargas de trabajo de los distintos cargos, modificar

los estilos de supervisión y de dirección, apoyar los potenciales procesos de aprendizajes y de capacitación requeridos, cambiar o modificar algunas políticas empresariales, suprimir algunas prácticas improductivas dentro de la organización, entre otras. Para el segundo caso, potenciar la productividad mediante la justa premiación por su realización.

19.3 Conclusiones

Es factible concluir, que la función estratégica del área de Recursos Humanos va dirigida a que cada colaborador desarrolle las competencias necesarias y suficientes que le permitan contribuir en la generación de valor para la organización económica en que trabaja.

Pero para que ello sea posible, su descripción de cargo debe necesariamente estar alineada a la estrategia de negocio formulada, implementada y desarrollada por la empresa.

Hoy ya no se requieren planes de carrera para los colaboradores, que en última instancia fueron ideados para desarrollar y concretar una relación laboral a largo plazo.

La evidente disminución en el tiempo del ciclo de vida laboral provocó una disminución en la relación de lealtad entre empresa y colaborador, y entre otros, hace surgir la urgente necesidad de desarrollar una nueva relación entre la empresa y los colaboradores talentosos, en donde es fundamental la creación de sistemas de oportunidades, apoyados con flexibilidad y rentabilidad con sistemas de competencias reales y efectivas, que entreguen resultados medibles y colocados en movimiento por el interés propio de la empresa.



Referencias bibliográficas



"Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomas". btenido de Panorama general de los Planes de Negocios Internacionales:

<https://es.scribd.com/presentation/838639426/MoralesRojasJennyferPaola-Act2-Panorama-mundial-contemporaneo>

(2021). Empresas sostenibles en América Latina y el Caribe:

(GRI), G. R. (2024). Ethical compliance indicators.

(N.d.). Unam.Mx. Retrieved May 29, 2025, from

<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2951/4.pdf>

(S/f). Recuperado el 21 de mayo de 2023, de <http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfndmkaj/https://uees.edu.ec/descargas/libros/2023/la-responsabilidad-social-empresarial-en-ecuador.pdf>

[2205.01042] Machine Learning and Artificial Intelligence in Circular Economy: A Bibliometric Analysis and Systematic Literature Review. (s. f.). Recuperado 26 de mayo de 2025, de <https://arxiv.org/abs/2205.01042>

[ILO], I. L. (2022). World Employment and Social Outlook: Trends 2022. International Labour Office. . Obtenido de <https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/trends2022/>

¿Qué es RSE y cuáles son los tipos de Responsabilidad Social Empresarial? (2025). Obtenido de: [docuSign](https://www.docuSign.com/es-mx/blog/responsabilidad-social-empresarial)
<https://www.docuSign.com/es-mx/blog/responsabilidad-social-empresarial>

- «Atlas» of Latin America and the Caribbean: 17 Sustainable Development Initiatives. (s. f.). Recuperado 27 de mayo de 2025, de <https://www.afd.fr/en/actualites/atlas-latin-america-and-caribbean-17-sustainable-development-initiatives>
- Abdulmohsen, M., & Saleh, A. (2024). The Impact of Corporate Social Responsibility on Organizational Performance: Evidence from Qatar's Business Sector. *Discover Sustainability*, 5(1), 22. <https://doi.org/10.1007/s43621-02400688-3>
- Acerca de Desarrollo Sostenible | Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (s. f.). Recuperado 26 de mayo de 2025, de <https://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-sostenible/acerca-desarrollo-sostenible>
- Acuerdo Ministerial 140. "Acuerdo Ministerial Nro. 140: Incentivos Ambientales y Reconocimiento Ecuatoriano Ambiental." Ministerio del Ambiente del Ecuador. 2015. Registro Oficial Edición Especial Nro. 387 de 4 de noviembre de 2015.
- Acuerdo Ministerial 37. "Acuerdo Ministerial Nro. 2021-37: Marco Institucional para los Incentivos Ambientales." Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica del Ecuador. 2021. Registro Oficial Edición Especial Nro. 387.
- Acuña, M., & Carranza, F. (2023). La transparencia en la administración de los recursos públicos. *Latinoamericana de Administración*, 5(6), 135–149.

- Aguilera, A., & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en responsabilidad social. *Revista Pensamiento & Gestión*.
- Alvarado, J., Yance, C., & Torrech, J. (2017). La relación entre la comunicación interna y estrategia. *Revista Contribuciones a la Economía*, 17(2), 1-17.
- Álvarez, L. (2021). *ostenibilidad y responsabilidad empresarial en América Latina: respuestas frente al cambio climático*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Arias, J. (2020). *Innovación sostenible y transición ecológica en la empresa latinoamericana*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Armado, B. Y., & Mercedes, D. M. (2022). La teoría de los stakeholders y la creación de valor. *UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS*, 49-49.
- Arredondo, F., Garza, J., & Vázquez, J. (2014). Transparencia en las organizaciones, una aproximación desde la perspectiva de los colaboradores. *Estudios Gerenciales*, 30(133), 408-418.
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2011). *Constitución de la República del Ecuador 2008*. Quito, Ecuador.
- Avances y desafíos frente al cambio climático. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2021). Puerto Bolívar Project Overview.
<https://www.idbinvest.org/sites/default/files/2021-06/Pto%20Bolivar%20EIA%202020%20I.%20Presentaci%C3%B3n%20y%20descripci%C3%B3n%20del%20Proyecto.pdf>
- Bancomundial.org. (2022). Capítulo 1. Los impactos económicos de la pandemia y los nuevos riesgos para la recuperación. Obtenido de
<https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>
- Barometer, E. T. (2022). Edelman Data & Intelligence. Obtenido de <https://www.edelman.com/trust/2022-trust-barometer>
- Barometer, E. T. (2024). The role of ethics in corporate profitability.
- Basantes, A. (10 de Mayo de 2020). La metástasis de la corrupción. Obtenido de
<https://gk.city/2020/05/10/corrupcion-hospitales-ecuador/>
- Bedford, R. (2023). La Importancia de un buen Gobierno Corporativo en las empresas ecuatorianas. Obtenido de <https://russellbedford.com.ec/la-importancia-de-un-buen-gobierno-corporativo-en-las-empresas-ecuatorianas/#:~:text=Transparencia%20y%20Confianza%3A&text=Un%20gobierno%20corporativo%20s%C3%B3lo%20asegura,y%20credibilidad%20en%20el%20mercado.>

- BlackRock. (2024). Annual Client Letter: Sustainable investments.
- Bogotá: Editorial Universidad Externado de Colombia.
- Bowen, H. R. (1953). Social responsibilities of the businessman. Harper & Row.
- Bowie, N. E. (2012). Stakeholder theory: The state of the art, R. Edward Freeman, Jeffrey S. Harrison, Andrew C. Wicks, Bidhan L. Parmar y Simone de Colle (Nueva York:
- Bowyer, J. 2020. "Reducing the Environmental Footprint of the Pulp and Paper Industry." *Journal of Industrial Ecology* 24(5): 123-135.
- Brito, A. (2018). [Título no especificado]. [Referencia incompleta en el documento].
- Brown, M. E., & Treviño, L. K. (2020). Ethical leadership: A review and future directions. *Leadership Quarterly*, 31(1), 101377. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2019.101377>
- Brynjolfsson, E., y A. McAfee. 2014. *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. Nueva York: W. W. Norton & Company.
- Business Ethics Leadership Alliance (BELA) (2023). *Trends in Ethics & Compliance*.
- Calle, A., Farfán, S., Veliz, A., & Molina, E. (2023). Impacto de la ética profesional en la aplicación de principios de auditoría en el sector público y privado. *Ciencia y Desarrollo. Universidad Alas Peruanas*, 27(1), 1-10.

- Camacho, I. (2013). *Ética y Responsabilidad empresarial*.
Desclée De Brouwer.
- Cámara de Comercio de Quito. (2021). *Normas ecuatorianas para el buen gobierno corporativo parte vii*. Cámara de Comercio de Quito.
- Cámara de Industrias y Producción del Ecuador (CIP) (2022).
Ética empresarial y cumplimiento en tiempos de crisis.
Cambridge University
- Carrillo, D., & Valverde, M. (2022). *Cambio climático, cultura organizacional y sostenibilidad en el sector exportador ecuatoriano*. Cuenca: Universidad de Cuenca – Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
- Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2015). *Business and society: Ethics, sustainability, and stakeholder management* (9.^a ed.). Cengage Learning.
- Casanueva, G. (2018) Tesis Doctoral UBJ: “Propuesta de valor: Un modelo de solución de negocios para las Pyme’s de la localidad de Melipilla – Chile”
- Casasola Rivera, W. (2023). El liderazgo ético en las empresas: la clave para transformar la rutina ordinaria en acciones extraordinarias. *RESPaldo: Revista Internacional en Administración de Oficinas y Educación Comercial*, 8(2), 20–40. <https://doi.org/10.15359/respaldo.8-2.2>
- Castejón, M. (2018). ENAE International Business School. Obtenido de https://www.enaes.es/blog/larse-el-nuevo-modelo-de-gestionempresarial?_adin=11551547647

- Caviedes, C., & Hernández, D. (2018). *Gestión de la responsabilidad social corporativa: Perspectivas para América Latina*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- CECP. (2022). *Giving in Numbers: 2022 Edition*. Chief Executives for Corporate Purpose. . Obtenido de <https://cecp.co/home/resources/giving-in-numbers/>
- Centro Ecuatoriano de Excelencia en Anticorrupción. (2021). *Modelo de código de ética y buenas prácticas para mipymes*. Centro Ecuatoriano de Excelencia en Anticorrupción.
- CEPAL – Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- CERES - Consorcio Ecuatoriano de Responsabilidad Social Empresarial. (2012). [Documento sobre RSE en Ecuador]. [Referencia incompleta en el documento].
- Cheng, T., Zhao, X., & Li, X. (2024). *Generative AI and ESG Performance: Opportunities and Risks*. arXiv preprint arXiv:2504.01041. <https://arxiv.org/abs/2504.01041>
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos* (10.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Chiavenato, I. (2019). *Ética empresarial y responsabilidad social*. Ciudad de México: Cengage Learning.
- Christensen, L. J., Mackey, A., & Whetten, D. A. (2021). *Taking responsibility for corporate social responsibility: The role of leaders in creating, implementing, sustaining, or avoiding socially responsible firm behaviors*. Academy of

Management Perspectives, 35(2), 235–252.

<https://doi.org/10.5465/amp.2018.0019>

- Coello Piguave, L. L. (2025). El impacto del trabajo de las Entidades Fiscalizadoras Superiores sobre la actividad legislativa en Ecuador. Contraloría General del Estado del Ecuador. [Manuscrito inédito].
- Colina, D., Salas, D., Cañas, M., & Rojas, E. (2023). Liderazgo ético en las instituciones educativas: Un factor clave para el éxito educacional. *Revista Arbitrada del Centro de Investigación y Estudios Gerenciales (CIEG)*, (59), 130–142. <https://revista.grupocieg.org/wp-content/uploads/2023/03/Ed.60-130-142-Colina-et-al.pdf>
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A52001DC0366>
- Comisión Europea. (2001). Redalyc. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/2905886401>
- Commission, C. o. (2023). Enterprise Risk Management Framework Update. COSO.
- Cómo crear una economía circular | Fundación Ellen MacArthur. (s. f.). Recuperado 25 de mayo de 2025, de <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es>
- Compact, U. N. (2022). UN Global Compact Progress Report 2022. United Nations. . Obtenido de <https://unglobalcompact.org/library/annual-report-2022>

- Compact, U. N. (2024). Local community engagement in corporate ethics. UNGC.
- Company, M. &. (2023). Global Sustainability Report 2022. McKinsey Sustainability.
- Company, M. &. (2024). The illusion of trivial risks: Why minor ethical gaps escalate into systemic crises. McKinsey Global Institute. doi: 10.1016/mck.2024.eth.003
- Con, E. C. (s/f). Encuesta PwC sobre Sostenibilidad en América Latina. Pwc.ec. Recuperado el 26 de mayo de 2025, de <https://www.pwc.ec/es/publicaciones/assets/pdf/Encuesta%20sostenibilidad%202016.final%20vs%20EC.pdf>
- Contraloría General del Estado (2021). Auditorías y reportes sobre irregularidades en la compra de insumos médicos durante la pandemia COVID-19 en Ecuador.
- Contraloría General del Estado del Ecuador. (2025). Implementación de inteligencia artificial en las Entidades Fiscalizadoras Superiores de América Latina: Un enfoque comparativo con el sistema SISCOMWEB del Ecuador. [Manuscrito inédito].
- Contraloría General del Estado. 2022. Guía de Usuario: Registro de Cumplimiento de Recomendaciones. Recuperado de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.contraloria.gob.ec/WFDescarga.aspx?id=1482&tipo=mul>

- Cordero, C. F. A. (2021). Responsabilidad social empresarial: una breve revisión teórica para el caso ecuatoriano. *SAPIENTIAE*, 7(1), 106-117
- Corporation, L. (2023). Ethics & compliance program effectiveness report. LRN.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.). SAGE Publications.
https://books.google.com/books/about/Qualitative_Inquiry_and_Research_Design.html?id=DLbBDQAAQBAJ
- CSR: A Stakeholder Perspective. In *Responsible Tourism and CSR: Assessment and Future Directions* (pp. 43–66).
- Davis, K. (1967). Understanding the social responsibility puzzle. *Business Horizons*, 10(4), 45–50.
- Deloitte. (2022). Global Human Capital Trends Survey. Deloitte Insights. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/global/en/insights/focus/human-capital-trends.html>
- DHL Express Ecuador. (2023). Sostenibilidad e innovación logística en América Latina. <https://www.dhl.com/ec-es/home/sustainability.html>
- DinersClub. (2022). 5 ejemplos de Responsabilidad Social Empresarial en Ecuador. Obtenido de: DinersClub
- Dufays, F., Hlady-Rispal, M., & Chabaud, D. (2025). How Do ESG Practices and Entrepreneurial Values Interact to

Contribute to Sustainable Development Goals? A Conceptual Model.

Economía circular: Hacia un modelo más sostenible en las empresas. (s. f.). Recuperado 26 de mayo de 2025, de <https://www.ludusglobal.com/blog/economia-circular-hacia-un-modelo-mas-sostenible-en-las-empresas>

Ecuador tuvo el mejor superávit comercial en 25 años, según Fedexpor. Teleamazonas. <https://www.teleamazonas.com/superavit-comercial-ecuador-2024-exportaciones/>

Edelman. (2024). Edelman Trust Barometer 2024: Latin America Focus. <https://www.edelman.com/trust-barometer>

El 88% de los inversores globales muestran interés en la inversión sostenible: Encuesta de Morgan Stanley— Noticias ESG. (s. f.). Recuperado 27 de mayo de 2025, de <https://esgnews.com/es/El-88%25-de-los-inversores-globales-muestran-inter%C3%A9s-en-la-inversi%C3%B3n-sostenible-seg%C3%BAAn-una-encuesta-de-Morgan-Stanley./>

El Comercio. (2024, diciembre 14). Caso Metástasis, evidencias que revelaron la red criminal liderada desde prisión. Recuperado de <https://www.elcomercio.com.ec/actualidad/seguridad/caso-metastasis-evidencias-revelaron-red-criminal-liderada-prision.html>

- El Pacto Mundial de la ONU: La Búsqueda de Soluciones para Retos Globales | Naciones Unidas. (s. f.). Recuperado 27 de mayo de 2025, de <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAsqueda-de-soluciones-para-retos-globales>
- El Universo. (2020, mayo 4). Contraloría confirma sobreprecio en fundas para cadáveres del Hospital de Los Ceibos del IESS. Recuperado de <https://www.eluniverso.com>
- Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/9781836087045>
- Morales, J. (13 de Marzo de 2025). Instituto Politécnico Nacional
- Environmental assessment of the rental business model: A case study for formal wear. (s. f.). Recuperado 27 de mayo de 2025, de https://ideas.repec.org/a/spr/endesu/v25y2023i8d10.1007_s10668-022-02363-x.html
- Environmental Paper Network. 2018. "Impact of Paper Production on the Environment." Recuperado de <https://environmentalpaper.org>.
- Equipo editorial, Etecé (24 de diciembre de 2024). Ética empresarial. Enciclopedia Concepto.
- ESIC Business & Marketing School. (2025, abril). ¿Qué es el liderazgo ético y cómo transforma empresas? ESIC. <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/liderazgo-etico-que-es-c>

- Estudio, A. (07 de 02 de 2024). gráfica.info. Obtenido de <https://grafica.info/la-etica-como-elemento-de-rentabilidad-en-las-empresas/#:~:text=Generaci%C3%B3n%20de%20valor%20y%20rentabilidad,la%20empresa%20en%20su%20conjunt>
- Ethics, J. o. (2023). Meta-analysis of ethical frameworks in business decisions. Springer.
- EUROSAI IT Working Group. "Estonia: X-Road and Audit." EUROSAI IT Working Group, May 31, 2021. <https://eurosai-it.org/news/newsletter/1-2021/updates-from-itwg-members/estonia-x-road-and-audit>.
- Expok news. (2025). 20 empresas dañadas por su reputación corporativa. Obtenido de Expok: <https://www.expoknews.com/20-empresas-danadas-por-su-reputacion-corporativa/>
- Fedexpor. (2025). Informe de Comercio Exterior del Ecuador. Quito: Federación Ecuatoriana de Exportadores.
- Fernández, A., López, M., & Ruiz, J. (2021). Gestión ética y responsabilidad social empresarial. Editorial Universitaria.
- Fernández, A., López, M., & Ruiz, J. (2021). Gestión ética y responsabilidad social empresarial. Editorial Universitaria.
- Fernández, R., Pérez, L., & Gómez, M. (2021). Canales de denuncia y cultura organizacional en empresas públicas. *Revista de Ética Empresarial*, 5(1), 30-48.
- Fernández. (2009). Responsabilidad social corporativa. Editorial Club Universitario.

- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2021). *Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases* (12th ed.). Cengage Learning.
- file:///C:/Users/Pabilion%20x360/Downloads/2631-Fiscalía General del Estado. (2024). Caso Metástasis. Recuperado de <https://www.fiscalia.gob.ec/caso-metastasis/>
- Flórez, M. (27 de julio de 2020). reddearboles. Obtenido de Antecedentes de la responsabilidad social empresarial: Foundation, I. (2023). *ESG Disclosure Standards (IFRS S2)*. IFRS.
- Fracarolli Nunes, M. L. (s.f.). Obtenido de Sustainability trade-offs and cross-insurance mechanisms in supply chains. : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ijopm-12-2019-0802/full/html>
- Freeman, R. E. (2023). *Stakeholder theory: Concepts and applications* (3rd ed.). Obtenido de Cambridge University Press.
- García, E. (2012). ¿Cómo generar valor en las empresas? Universidad del Pacífico. Perú
- García-Marzá, D. (2021). Ética empresarial y responsabilidad social. *Revista Iberoamericana de Ética Empresarial*, 12(2), 45–63.
- Gestión Del comercio exterior (libro). (n.d.). Scribd. Retrieved May 29, 2025, from <https://es.scribd.com/document/362614515/Gestion-Del-Comercio-Exterior-Libro>

- Gestión. <https://revistagestion.ec/analisiseconomia-y-finanzas/responsabilidad-social-empresarial-como-avanza-el-ecuador/>
- Gómez, R., & Zambrano, K. (2021). RSE y adaptación
- González, M., & Restrepo, L. (2020). Responsabilidad social corporativa y medio ambiente: nuevas perspectivas. Medellín: Universidad EAFIT – Fondo Editorial.
- González, M., Quintero, J., Muñoz, J., & Rico, J. (2020). Epistemología de la transparencia en la gestión empresarial. Una visión desde Latinoamérica, 11(6), 71-89.
- González, R. (2005). Creando valor con la gente. Grupo Editorial NORMA. México
- Governance, H. L. (2023). Legal risk reduction through ethical practices. Harvard University.
- Group, K. E. (2022). Kantian ethics in modern business. Oxford University Press.
- Gutiérrez, L., & Navarro, P. (2022). Liderazgo ético y su impacto en la cultura organizacional. Revista Latinoamericana de Administración, 9(3), 101-115.
- Haro, A. (2021). Estructura de gobierno corporativo: un aplicativo para la transparencia y mejora empresarial. Revista Científica en Ciencias Sociales, 3(2), 111-121.
- Harvard Business Review. "e-Estonia: How Estonia is Digitizing an Entire Country." Accessed September 27, 2024. <https://d3.harvard.edu/platform-rctom/submission/e-estonia-how-estonia-is-digitalizing-an-entire-country/>.

Hernández, I., Medellín, E., & Casanova, J. (2024). La esencia de la transparencia en la responsabilidad social corporativa: The essence of transparency in corporate social responsibility. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 5(6), 1106 – 1119.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=KLvGEqv5JXIC&oi=fnd&pg=PA10&dq=COMERCIO+RESPONSAB>
<https://doi.org/10.1007/s10551-024-05739-3>
<https://doi.org/10.1111/ijmr.12112>
<https://ier.uek.krakow.pl/pm/article/view/2003>
<https://kchcomunicacion.com/2025/02/24/el-ministerio-de-produccion-comercio-exterior-inversiones-y-pesca-mpceip-en-lo-que-va-del-ano-2025-concreto-usd-8067-millones-en-nuevas-inversiones/>
<https://revistas.unifacs.br/index.php/rgb/article/viewFile/236/631>
<https://www.dinersclub.com.ec/experiencias/dinersclub/responsabilidad-social-empresarial-ecuador>
<https://www.redalyc.org/journal/280/28063519009/html/>
<https://www.reddearboles.org/noticias/nwarticle/444/3/Antecedentes-de-la-responsabilidad-social-empresarial-una-larga-historia-IGMA+ADMINISTRATIVO&ots=6tQQtLoUFH&sig=O3q>
International., T. (2024). *Global Corruption Report 2024*.
IS . (2018). *ISO 26000: Directrices sobre responsabilidad social*.

- Jamali, D., & Karam, C. (2018). Corporate Social Responsibility in Developing Countries as an Emerging Field of Study. *International Journal of Management Reviews*, 20, 32-61.
- Jamali, D., Lund-Thomsen, P., & Khara, N. (2021). CSR institutionalization in developing countries: The role of stakeholders. *Business & Society*, 60(7), 1747–1781.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0007650315584303>
- Jane Banks, S., & Gallagher, A. (2009). *Ética de la virtud y vida profesional*. Palgrave Macmillan.
Journal of Business Ethics. <https://doi.org/10.1007/s10551->
- Khan, S. A. (2020). Obtenido de Investigating the effects of renewable energy on international trade and environmental quality.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0301479720310161>
- KPMG. (2022). KPMG Survey of Sustainability Reporting 2022. KPMG International. . Obtenido de
<https://home.kpmg/sustainability-reporting-survey-2022>
- Kumar, A., & Ramkissoon, H. (2021). Responsible Tourism and La economía circular y los negocios verdes crecen 8 % anual desde 2020 en Ecuador—Centro. (s. f.). Recuperado 27 de mayo de 2025, de <https://www.eldiario.ec/centro/la-economia-circular-y-los-negocios-verdes-crecen-8-anual-desde-2020-en-ecuador-20250513/>

- La economía circular: Un modelo económico que lleva al crecimiento y al empleo sin comprometer el medio ambiente | Noticias ONU. (2021, marzo 26).
<https://news.un.org/es/story/2021/03/1490082>
- LE+Y+ETICA+CORPORATIVA:+UN+NUEVO+PARAD
- Lilley, J. (2024). El liderazgo ético: valores y principios | AVANSEL. Consultora de Recursos Humanos | AVANSEL. <https://www.avanselseleccion.es/el-liderazgo-etico-valores-y-principios-en-la-toma-de-decisiones/>
- Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2021). The means and end of greenwash. *Organization & Environment*, 34(2), 203–230.
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1086026615575332>
- Maak, T., Pless, N. M., & Voegtlin, C. (2022). Business statesman or shareholder advocate? CEO duality and the ethical conduct of firms. *Journal of Management Studies*, 59(3), 681–708. <https://doi.org/10.1111/joms.12716>
- Maersk. (2023). Creating a Sustainable Supply Chain: Leading the Way in Latin America.
<https://www.maersk.com/news/articles/2023/10/25/creating-a-sustainable-supply-chain-leading-the-way-in-latin-america>
- Maldonado, A. (2023). Responsabilidad social empresarial: ¿Cómo avanza el Ecuador? *Revista*

- Mallisetty, S. 2023. "The Digital Transformation Journey: Leveraging Technology for Stakeholder Value." *Digital Business Journal* 15(2): 45-62.
- mar, R., & Diah, M. L. M. (2023). Board Age Diversity and Sustainable Performance: Evidence from ASEAN Companies. *Journal of Business Ethics*, 186, 1125–1147.
- Martínez, C., & Torres, D. (2023). Impacto del cambio climático en sectores estratégicos del Ecuador. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).
- Martínez, W. (2019). Guía para la gestión del riesgo de corrupción en las empresas. Legis Editores S.A.
- Matten, D., & Moon, J. (2020). Reflections on the 2018 Decade Award: The meaning and dynamics of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 45(1), 7–28. <https://journals.aom.org/doi/10.5465/amr.2019.0348>
- Millán, M. R., & Guevara, A. M. (2023). El control interno, riesgos del fraude y avances en la responsabilidad social empresarial. *Estudios en pymes de América latina y el caribe*. Cali : Universidad del valle .
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2025, febrero 24). El Ministerio concretó USD 806,7 millones en nuevas inversiones en 2025. KCH FM.
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. Acuerdo Ministerial Nro. 131: Promoción del Uso de Tecnologías Ambientales Limpias y Energías Alternativas No Contaminantes. Quito: Ministerio del Ambiente, 11 de agosto de 2010.

MME. (2024). Ética empresarial. Obtenido de

muchomejorecuador:

<https://muchomejorecuador.org.ec/tag/etica-empresarial/>

Modelos de Negocios Circulares: Hacia una Economía Sostenible

en el Sector Emprendedor | Journal of Economic and Social

Science Research. (s. f.). Recuperado 26 de mayo de 2025,

de

<https://economicsocialresearch.com/index.php/home/article/view/84>

Modelos de Negocios Circulares: Hacia una Economía Sostenible

en el Sector Emprendedor | Journal of Economic and Social

Science Research. (s. f.). Recuperado 26 de mayo de 2025,

de

<https://economicsocialresearch.com/index.php/home/article/view/84>

Modelos de Negocios Circulares: Hacia una Economía Sostenible

en el Sector Emprendedor | Journal of Economic and Social

Science Research. (s. f.). Recuperado 26 de mayo de 2025,

de

<https://economicsocialresearch.com/index.php/home/article/view/84>

Montoya Acevedo, M. A. (2021). La empresa consciente: Ética y

sostenibilidad como motores del desarrollo. Medellín:

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

- Morales, F., & Salazar, J. (2020). Ética y gobernabilidad en el sector público en América Latina. *Revista Iberoamericana de Administración Pública*, 11(2), 45-63.
- MUNDIM, R. P. (2007). LA MPR SA ÉTICA: ¿UN NU VO
- Muñoz, A., & Herrera, D. (2022). Comercio exterior, sostenibilidad y cambio climático: desafíos para las economías andinas.
- Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.
<https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Naciones Unidas. (2020). Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.
- Nielsen. (2021). Nielsen Global Survey of Consumer Behavior and Sustainability. The Nielsen Company.
- Nishii, L. H. (2020). The benefits of climate for inclusion in diverse organizations. *Academy of Management Journal*, 63(4), 1154–1174.
<https://journals.aom.org/doi/10.5465/amj.2009.0823>
- Normas de Control Interno. "Normas de Control Interno para las Entidades, Organismos del Sector Público y de las Personas Jurídicas de Derecho Privado que Dispongan de Recursos Públicos." Contraloría General del Estado. 2023.
- Nugent, M. A. L. M., Quispe, J. T., Llave, A. M. T., & Morales, J. A. F. (2019). Gestión de cadena de suministro: Una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1136-1146.

- OECD. (2023). *Anti-Corruption Policies in the Public Sector*.
- Ojeda Gonsaga, D. P., & Velasco Tinoco, J. C. (2024). El impacto de la inteligencia artificial en los operadores de comercio exterior en la ciudad de Machala
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/23322>
- Ordóñez, M. (2024). El impacto del liderazgo ético en las organizaciones. Kelly Services.
<https://blog.kellyservices.com.mx/el-impacto-del-liderazgo-etico-en-las-organizaciones>
- Organización de las Naciones Unidas. (2019). *Integridad, ética y ley*. Organización de las Naciones Unidas.
- Organización Internacional de Normalización (ISO). (2010). *ISO 26000: Guía sobre responsabilidad social*.
<https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
- Organización Internacional del Trabajo. (s.f.). Obtenido de *Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo*:
https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/%40dgreports/%40inst/documents/publication/wcms_908148.pdf
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2020). *Manual sobre integridad pública*.
<https://www.oecd.org>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda G. y Smith A. (2015). *Diseñando la propuesta de valor*. Deusto.
- Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2011). *Diseñando la propuesta de valor*. Deusto.

- Pacheco, L., García, M., & Torres, E. (2019). Responsabilidad social empresarial en empresas exportadoras ecuatorianas: Un análisis desde la perspectiva de los stakeholders. SciELO.
- Paredes, M. (2023). Retos actuales en ética y responsabilidad de la auditoría financiera. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 6(2), 45–58.
- Paredes, S., & Molina, J. (2020). Riesgos climáticos y competitividad en el comercio internacional: una visión desde Ecuador.
- Parviainen, P., M. Tihinen, J. Kääriäinen, y S. Teppola. 2017. "Tackling the Digitalization Challenge: How to Benefit from Digitalization in Practice." *International Journal of Information Systems and Project Management* 5(1): 63-77.
- Pérez López, G. (2014). *La ética en las organizaciones: Retos para América Latina*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Pérez, C., & Lozano, J. (2021). Impactos éticos del comportamiento empresarial en comunidades vulnerables. *Cuadernos de Ética Aplicada*, 9(4), 13-29.
- Pérez, G., & Bedoya, D. (2005). Las estrategias de responsabilidad social en la expansión global, nuevo paradigma de la gestión empresarial. Obtenido de redalyc: <https://www.redalyc.org/pdf/1694/169421174012.pdf>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 87(1), 62-77.

- Press, (2010). *Business Ethics Quarterly*, 22(1), 179-185.
<https://doi.org/10.5840/beq20122219>
- Psico smart. (5 de Septiembre de 2024). Casos de estudio: empresas que han fracasado por la falta de ética y transparencia. Obtenido de Psico smart: <https://psico-smart.com/articulos/articulo-casos-de-estudio-empresas-que-han-fracasado-por-la-falta-de-etica-y-transparencia-184498>
- Psicosmart. (2024). El impacto del liderazgo ético en la cultura organizacional y su influencia en el clima laboral. Psicosmart. <https://psicosmart.pro/articulos/articulo-el-impacto-del-liderazgo-etico-en-la-cultura-organizacional-y-su-influencia-en-el-clima-laboral-190268>
- Quezado, T. C. (2022). Obtenido de Corporate social responsibility and marketing:
- Ramírez, A. (2021). Confianza, ética y lealtad del cliente. *Revista de Psicología Organizacional*, 7(3), 203-218.
- Redalyc. (s/f). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. Recuperado el 2 de mayo de 2020, de <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519009/>
- Responsabilidad Empresarial. (2024). La falta de ética en empresas: causas, efectos y soluciones. <https://responsabilidadempresarial.one/falta-de-etica-en-empresas/>

- Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. (s/f). Redalyc.org. Recuperado el 2 de mayo de 2020, de <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519009/html/>
- Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. (s/f). Redalyc.org. Recuperado el 2 de mayo de 2020, de:
- Restrepo, L., & Vélez, M. C. (2021). Liderazgo ético y transformación organizacional: Una perspectiva latinoamericana. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 19(2), 88–105.
- Restrepo, R. (2012). *Ética empresarial en América Latina: Principios y prácticas*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Review, G. C. (2022). *Global Competition Review Annual Report 2022*. Law Business Research Ltd.
- Review, H. B. (2023). *Sector Analysis* .
- Review, M. S. (2025). *Stakeholder feedback as a compliance tool*. MIT Press. .
- Reyno, M. (2007). *Responsabilidad Social Empresarial (RS) Como Ventaja Competitiva*. Obtenido de books google:
- Rodríguez, K; Gallo, J; Gonzales, M & Carmenate, L. (2023). *La responsabilidad social empresarial como estrategia de diferenciación de las empresas exportadoras*. Obtenido de: Repositorio.utmachala

<https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/17648/1/T->

- Ronquillo, L. (2018). *Ética general y profesional*. Mar y trinchera.
- Santana-Rojas, F. M., Ortíz-Sanches, V. d., & Santamaria-Díaz, E. C. (2022). *Ética en los negocios y responsabilidad social empresarial*.
- Sanz, L. M. (7 de agosto de 2024). *The Conversation*. Obtenido de <https://theconversation.com/es-rentable-ser-etico-en-la-empresa-234405>
- Scanlon, T. M. (2006). *CONTRACTUALISMO Y UTILITARISMO*. Estudios públicos.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017–2021 - Toda una Vida*. Quito, Ecuador.
- SEDEX. (2025). *Annual Supplier Ethics Benchmark Report*.
- Serrano, E. (2022). *Principales diferencias entre la ética y el cumplimiento normativo*. EALDE.
- Silva, E., & Arévalo, T. (2023). *Responsabilidad social y comercio exterior sostenible: estrategias para América Latina*.
- Solomon, R. C. (2022). *Ética de las virtudes en los negocios: Un enfoque aristotélico* (2ª ed.). Editorial Palgrave Macmillan. doi:<https://doi.org/10.1057/978-1-349-95082-3>
- Sostenibilidad empresarial: Todo lo que necesitas saber*. (s. f.). Recuperado 26 de mayo de 2025, de

- <https://www.concur.cl/blog/article/sostenibilidad-empresarial-todo-lo-que-necesitas-saber>
- Survey, A. G. (2022). Annual Global CEO Survey. Obtenido de <https://www.pwc.com/gx/en/ceo-agenda/ceosurvey/2022.html>
- Survey, W. B. (2023). Consumer trust in ethical brands. *Ethics & Compliance Initiative*.
- T e x t o % 2 0 d e l % 2 0 a r t % C 3 % A D c u l o - 1 1 4 3 1 - 1 - 1 0 -
- Tilson, D., K. Lyytinen, y C. Sørensen. 2010. "Digital Infrastructures: The Missing IS Research Agenda." *Information Systems Research* 21(4): 748-759.
- Torres, E., & Medina, P. (2023). Ética y motivación laboral: Un enfoque integrado. *Gestión y Talento*, 5(1), 31-48.
- Treviño, L. K., & Nelson, K. A. (2021). *Managing Business Ethics*.
- UNESCO. (2020). *Cultura organizacional basada en valores: Guía para empresas responsables*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. (2024). *Liderazgo Ético Como Estrategia De Éxito Para El Empoderamiento En La Gestión Empresarial*. *Sigma - Revista de Gestión de Calidad*. <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/Sigma/article/view/3528/2690>

- UNODC (2019), *Integridad y Ética: Módulo 4 Liderazgo Ético*,
https://www.unodc.org/documents/e4j/IntegrityEthics/MODULE_4_-_Ethical_Leadership_-_Spanish.pdf
- Vaicilla, M., & al, e. (2020). Transparencia y efectividad en la ejecución presupuestaria y contratación pública en los gobiernos cantonales. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 774-804.
- Vázquez, D., & González, L. (2022). Liderazgo ético y sostenibilidad en empresas latinoamericanas. *Revista Iberoamericana de Ética Empresarial*, 15(3), 62–78.
- Velásquez, M. G. (2008). *ética En Los Negocios Conceptos Y Casos*. Pearson educación.
- Vélez, J., Mendoza, P., & Ruiz, A. (2020). La responsabilidad social en empresas importadoras del Ecuador: Retos y oportunidades.
- Veliz, M; Proaño, P; Mendoza, J. (2025). Responsabilidad social empresarial frente al COVID-19 en empresas industriales en Ecuador.
- Villacis, C; Suárez, Y; Llanos, Ximena. (2016). Análisis del Responsabilidad Social en el Ecuador. Obtenido de: *Revista publicando*.
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/295>
- Vives, A., & Peinado-Vara, E. (2011). *La responsabilidad social de la empresa en América Latina: Manual para directivos*. Banco Interamericano de Desarrollo.

- Waddock, S., & Rasche, A. (2020). Toward a global ethic for business. *Business and Society Review*, 125(1), 11–32.
<https://doi.org/10.1111/basr.12195>
- World Bank. (2023). Corporate governance and accountability in emerging markets. World Development Report Background Paper. <https://www.worldbank.org/wdr2023>
- World Wildlife Fund (WWF). 2018. "The Global Impact of Paper Consumption." Recuperado de <https://www.worldwildlife.org>.
- Wu, J. C. (2020). Obtenido de Sustainable trade promotion decisions under demand disruption: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10479-018-29642>
- Yasmina. (2025). Qué es el liderazgo ético: características y ejemplos – Esade. Beyond By Esade.
<https://www.esade.edu/beyond/es/que-es-liderazgo-etico-caracteristicasejemplos/#:~:text=Este%20tipo%20de%20liderazgo%20implica,confianza%20y%20el%20respeto%20mutuo>
- Young., E. &. (2024). Global Code of Conduct Benchmarking.
- Yuan, Y. L. (2020). Obtenido de Business strategy and corporate social responsibility. : <https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-018-39529>
- Yukl, G., & Mahsud, R. (2022). Why flexible and adaptive leadership is essential. *Organizational Dynamics*, 51(2), 100841. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2021.100841>

ÉTICA EMPRESARIAL, COMERCIO, ADMINISTRACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

TOMO 1



ISBN: 978-9942-580-25-2



9 789942 580252