

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
GERENCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CONTADURIA PÚBLICA



ESTRATEGIAS PARA PROMOVER PRACTICA DE NEGOCIOS,
ETICAS Y RESPONSABLES

Presentado por:

BR. Kary Araujo

BR. Javianny Calderón

TUTORA:

LCDA. ZAIDA KASSAR

TRUJILLO, VENEZUELA

2024

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
GERENCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CONTADURIA PÚBLICA



ESTRATEGIAS PARA PROMOVER PRACTICA DE NEGOCIOS,
ETICAS Y RESPONSABLES.

Trabajo Especial de Grado para Optar al título de Licenciada en Administración de
Empresas y Contaduría Publica

Presentado por:

BR. Kary Araujo

BR. Javianny Calderón

TUTOR

LCDA. Zaida Kassar.

TRUJILLO, VENEZUELA

2024

DEDICATORIA

Primeramente a Dios Todopoderoso, por ser creador de todo y dador de todo bien, a María Santísima por ser esa Madre que me ha llenado siempre de su ternura y Amor, por ser mi aconsejadora, por acompañarme en cada paso y por ser mi motivo de seguir adelante a pesar de las grandes dificultades. De igual forma al Beato Doctor José Gregorio Hernández por su intercesión al momento de ingresar a la Universidad, por su gran ejemplo de virtud como la humildad, la sencillez, y el amor. En segundo lugar a mi Mamá quien sin duda alguna me ha brindado su apoyo y cariño, por no abandonarme y por siempre impulsarme a seguir adelante, a crecer como estudiante y futura profesional; más aún a crecer como persona. También a mi papá, por acompañarme en estos últimos años y por seguirme acompañando, a mis tías las cuales han sido imagen viva de mi abuela. Sin duda alguna a amigos y conocidos en especial a mi mejor amiga Karlis Andrade por estar conmigo en momentos difíciles, por incitarme a no abandonar la carrera, por mostrarme que si se puede a pesar de los cambios y tropiezos.

Por último y no menos importante a la Universidad Valle del Momboy, por abrirme sus puertas y darme la oportunidad de ingresar, al principio por medio de una beca, luego trabajando para la institución, y por toda la formación y enseñanza recibida. A cada uno de los profesores por los aprendizajes obtenidos de cada asignatura, por las correcciones de las distintas actividades y muy en especial a la Profesora Karelis Paredes que ha estado conmigo desde el comienzo, a la profesora Ana Linares por su consejo y a la profesora Zaida Kassar por su ayuda, paciencia y constancia para conmigo.

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a Dios ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera. De igual modo, con todo mi corazón dedico esta tesis a las personas que han sido mi motor, mi inspiración y mi refugio a lo largo de este viaje académico. A mis padres, por su amor infinito y su ejemplo constante. Gracias por enseñarme a creer en mí misma y por mostrarme el valor del esfuerzo y la integridad; sus sacrificios, comprensión y apoyo incondicional han sido el pilar que sostiene cada uno de mis logros. A mi hermano, por ser mi calma en las tormentas y por brindarme su amor y paciencia en los momentos de mayor exigencia, sin su apoyo y comprensión este logro no habría sido posible. A mis amigos y compañeros de estudio, en especial a mi amiga Kary Araujo por cada desvelo y cada victoria, gracias por ser mi fuente de ánimo y por hacer que este camino fuera más enriquecedor. Finalmente, me dedico este trabajo a mí misma en reconocimiento a los sacrificios realizados, a la perseverancia y al esfuerzo por alcanzar esta meta.

AGRADECIMIENTO

Antes que nada, a Jesús vivo y presente en la Hostia Sagrada (Eucaristía) fuente de toda Sabiduría, por ser el Amor de los Amores, el hombre perfecto que me ha levantado y fortalecido en mis grandes penurias, por los dones recibidos y la vocación a esta hermosa profesión como lo es la carrera de Administración de Empresas, a la Virgen María por ser mi todo, por siempre caminar a mi lado, llenarme de su dulzura y cariño, por estar cuando más lo necesito; en mi camino de fe y en los grandes desafíos de la vida. Al Beato José Gregorio Hernández por su intercesión al momento de obtener la beca en la Universidad, porque ha sido mi ejemplo a seguir como estudiante, profesional, y como persona de fe al dar su vida por el prójimo, brindando su apoyo, su servicio, y sus grandes conocimientos a través de la caridad. Por la intercesión de todos los Santos en especial a San José de Cupertino, patrono de los estudiantes.

Más aun, a mi amada Madre por todo el amor y apoyo recibido, por ser partícipe y compañía de cada uno de mis pasos dado con mucho esfuerzo, lucha y constancia, por los consejos, la educación recibida, por todos los sacrificios hechos por mí y por inculcarme a ser una persona ética y exitosa. Sin duda alguna a mi abuela Dolores que aunque ya no esté físicamente su legado y sus buenas palabras aún están conmigo. Así mismo a mi papá por animarme a perseverar, a ser una persona más segura, optimista, y eficiente. Por supuesto a demás familiares como tías y primas las cuales siempre me han impulsado a avanzar y me han inculcado grandes enseñanzas. Por su parte a una persona muy especial que ha estado conmigo en los momentos más duros durante el proceso académico de mi carrera, como la ha sido mi mejor amiga Karlis Andrade; amistad que Dios me ha regalado e instrumento en mi peregrinar.

Del mismo modo, agradezco a un gran amigo que ha visto y conocido gran parte de mi proceso académico como también de mi vida; por creer en mí y escucharme, por siempre tenerme en sus oraciones y sobre todo por su gran amistad. En lo particular, a mi compañera Javianny Calderón por su motivación y paciencia para conmigo, mostrando ser una buena y sincera amiga; a grandes amigos como Ysrael y Yuleydi quienes ya siendo profesionales me incentivaron y me ayudaron a continuar con mi carrera. Por añadidura, a todas esas personas en especial de la Iglesia que siempre me fortalecieron por medio de sus oraciones, a la hermana Elda y Wilmary quienes me alentaron a seguir aun cuando veía todo por perdido. No obstante, a la Fundación FINAMPYME por permitirme realizar las prácticas profesionales y por todas las enseñanzas y cariño recibido, particularmente por el Licenciado Guillermo.

Igualmente, a la Universidad Valle del Momboy, primeramente por confiar en mí y abrirme sus puertas; por enseñarme a luchar aun en medio de las adversidades, aprender que si se puede aunque no sea fácil. Por todos los profesores que en sus distintas maneras de enseñar sembraron en mí buenos aprendizajes, también agradezco las orientaciones y correcciones recibidas que aunque en su momento no entendía me enseñaron a crecer, ser responsable, madura y por ayudarme a trazar nuevas metas y objetivos. En particular a la profesora Ana Linares, por escucharme y por sus grandes consejos, a la profesora Karelis Paredes que me ha acompañado desde el comienzo, por abrirme nuevamente las puertas y porque siempre ha estado atenta a ayudarme cuando más lo necesité, sobre todo por ser una excelente profesora llena de amor, comprensión y servicio. De igual forma a la profesora Zaida Kassar quien además que fue mi tutora en el TEG también lo fue durante mis prácticas profesionales, quien con mucha paciencia y cariño me atendió, me escuchó y me alentó a persistir; por todo su amor, tiempo y servicio.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento primeramente a Dios por permitirme estar hoy aquí, a todas las personas e instituciones que hicieron posible la culminación de esta tesis. Agradezco profundamente a la profesora Zaida Kassar, quien me guió con paciencia, sabiduría y generosidad a lo largo de este proceso. Su conocimiento y apoyo fueron fundamentales para superar los desafíos y avanzar en cada etapa del proyecto. De igual forma a mi familia, Padres y hermanos que siempre me brindaron su amor incondicional y apoyo constante, especialmente en los momentos en que dudaba de mis propias capacidades. Gracias por estar a mi lado en cada paso del camino y ser mi inspiración para alcanzar mis metas.

Igualmente, a mi novio y a mis amigos, quienes compartieron conmigo largas horas de estudio y reflexión. Sus palabras de aliento y compañía me motivaron a seguir adelante cuando el camino se volvía difícil. A la Universidad Valle del Momboy que me proporcionó los recursos necesarios para realizar esta investigación, permitiéndome desarrollar mis ideas y crecer tanto personal como profesionalmente. Finalmente, agradezco a todos aquellos que, de una u otra contribuyeron a este logro. A cada uno de ustedes, mi más profundo agradecimiento.

VEREDICTO



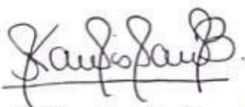
VICERRECTORADO ACADÉMICO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

VEREDICTO

Nosotros, Prof. MSc. Karelis Paredes, Prof. MSc. Zaida y Prof. MSc. Liliana Rivera, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **ESTRATEGIAS PARA PROMOVER PRACTICA DE NEGOCIOS, ÉTICAS RESPONSABLES EN LAS PYMES DE MONAY ESTADO TRUJILLO**, que presenta la Bachiller **Araujo Quintero Kary Gabriela**, portadora de la C.I. No. 29.994.635, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con veinte (20) puntos, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad "Valle del Momboy", referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciada en Administración de Empresas.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los catorce días (14) días del mes de noviembre del año dos mil veinticuatro.


Prof. MSc. Liliana Rivera
C.I. 13.048.877
JURADO


Prof. MSc. Karelis Paredes
C.I. 14.799.624
PRESIDENTE DEL JURADO


Prof. MSc. Zaida Kassar
C.I. 9.175.011
TUTOR




Prof. MSc. Héctor Antúnez
C.I. 9.364.278
DECANO


Prof. MSc. Zaida Kassar
C.I. 9.175.011
VICERRECTORA



+58 412 2263605



www.uvm.edu.ve



universidadvalledelmomboy@uvm.edu.ve

VEREDICTO

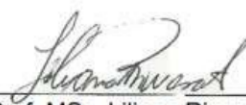


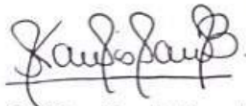
VICERRECTORADO ACADÉMICO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

VEREDICTO

Nosotros, Prof. MSc. Karelis Paredes, Prof. MSc. Zaida y Prof. MSc. Gilberto Rojas, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **ESTRATEGIAS PARA PROMOVER PRACTICA DE NEGOCIOS, ÉTICAS RESPONSABLES EN LAS PYMES DE MONAY ESTADO TRUJILLO**, que presenta la Bachiller **Calderón Palma Javianny Patricia**, portadora de la C.I. No. **29.638.615**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con veinte **(20) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad "Valle del Momboy", referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los catorce días (14) días del mes de noviembre del año dos mil veinticuatro.


Prof. MSc. Liliana Rivera
C.I. 13.048.877
JURADO


Prof. MSc. Karelis Paredes
C.I. 14.799.624
PRESIDENTE DEL JURADO


Prof. MSc. Zaida Kassar
C.I. 9.175.011
TUTOR


Prof. MSc. Héctor Antúnez
C.I. 9.364.278
DECANO


Prof. MSc. Zaida Kassar
C.I. 9.175.011
VICERRECTORA



+58 412 2263605



www.uvm.edu.ve



universidadvalledelmomboy@uvm.edu.ve

RESUMEN

En este trabajo de grado se busca concientizar a empleadores, trabajadores y usuarios del sector hotelero en el Municipio Pampán sobre la importancia de prácticas éticas para mejorar la reputación del sector y alcanzar un desarrollo sostenible. Se utilizó una metodología cuantitativa que incluyó entrevistas y encuestas a personas locales y foráneas, con el análisis de datos a través de gráficos y tablas. Se recomienda a la universidad fortalecer programas de capacitación en ética empresarial, responsabilidad social y sostenibilidad, así como facilitar el acceso a materiales de formación. Para las empresas hoteleras, se sugiere ofrecer programas de capacitación en ética y responsabilidad a los empleados, fomentar una cultura organizacional ética y sostenible, e impulsar un liderazgo comprometido con estos valores. El estudio buscaba comprender los efectos de la falta de estrategias éticas en las organizaciones locales y proponer medidas para beneficio futuro de las pequeñas y medianas empresas. Las regulaciones actuales son consideradas adecuadas para promover la ética en el sector hotelero, ya que un alto porcentaje de consumidores prefieren alojarse en hoteles con responsabilidad social y ética.

Palabras clave: Estrategias de negocios, Pymes, ética y responsabilidad.

ABSTRACT

This degree project seeks to raise awareness among employers, workers and users of the hotel sector in the Pampán Municipality about the importance of ethical practices to improve the reputation of the sector and achieve sustainable development. A quantitative methodology was used that included interviews and surveys with local and foreign people, with data analysis through graphs and tables. It is recommended that the university strengthen training programs in business ethics, social responsibility and sustainability, as well as facilitate access to training materials. For hotel companies, it is suggested to offer training programs in ethics and responsibility to employees, foster an ethical and sustainable organizational culture, and promote leadership committed to these values. The study sought to understand the effects of the lack of ethical strategies in local organizations and propose measures for the future benefit of small and medium-sized businesses. Current regulations are considered adequate to promote ethics in the hotel sector, since a high percentage of consumers prefer to stay in hotels with social and ethical responsibility.

Keywords: Business strategies, SMEs, ethics and responsibility.

INDICE

DEDICATORIA	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
AGRADECIMIENTO	7
VEREDICTO	8
VEREDICTO	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INDICE	12
INDICE DE TABLAS	16
INDICE DE FIGURAS	17
INTRODUCCIÓN	18
I. FASE DE PLANIFICACIÓN	20
Diagnostico Situacional	20
Problemas de la investigación	24
Planteamiento del Problema	24
Problema general	28
Problemas específicos	28

Formulación de Objetivos.....	29
Objetivo general.....	29
Objetivos específicos	29
Justificación de la Investigación	30
APORTE TEÓRICO.....	32
APORTE SOCIAL.....	32
APORTE METODOLÓGICO	32
APORTE PRÁCTICO	33
Delimitación.....	33
Contexto Geográfico y enfoque temporal.....	34
Ámbito de Estudio	34
Aspectos a Investigar	35
Limitaciones.....	35
Revisión de la literatura	35
Estudios Previos.....	36
Desconocimiento o falta de formación en ética.....	39
Cultura Organizacional	39
Falta de liderazgo en ética.....	40
Factores Internos.....	40
Liderazgo	40

	14
Formación y Conciencia	41
Factores Externos.....	41
Regulación y Normativa	41
Conducta del consumidor	41
Mercado Competitivo	42
Estrategias organizacionales	42
Desarrollo empresarial	44
Prácticas de negocios éticas y responsables.....	44
Conceptos básicos	45
La responsabilidad ética.....	46
PYMES	47
Cronograma de Planificación.....	48
Operacionalización de las Variables	48
II. FASE DE IMPLEMENTACIÓN.....	51
Diseño de la investigación	51
Población y muestra.....	52
Diseño de instrumento de recolección de datos	53
Validación y Confiabilidad de Instrumentos	54
Análisis de datos	57
III. FASE DE PRESENTACIÓN	63

Conclusiones.	63
Recomendaciones.	65
Planteamiento de Propuesta	67
ANEXOS	70
ITEMS.....	74
REFERENCIAS.....	80

INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Diagrama de Gantt	48
Tabla 2	Operacionalización de las Variables.....	50
Tabla 3	Escala de Likert	55
Tabla 4	Nivel de satisfacción bajo el valor del Alfa de Croanbach	55
Tabla 5	Cálculo del grado de confiabilidad del instrumento	56
Tabla 6	Resultados de la Dimensión Nro.1	58
Tabla 7	Resultados de la Dimensión Nro.2	60
Tabla 8	Resultados de la Dimensión Nro.3	61
Tabla 9	Plan de acción	69

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Datos obtenidos de los indicadores 1,2,3	59
Figura 2 Datos obtenidos de los indicadores 4,5	60
Figura 3 Resultados obtenidos de los indicadores 6,7,8	62

INTRODUCCIÓN

Las prácticas de negocios en las empresas, han sido a lo largo de la historia un tema crucial y un gran impacto social y ambiental de sostenibilidad para el desarrollo y crecimiento de las organizaciones; puesto que son las principales generadoras de valor económico, rentabilidad y creación de valor para la sociedad teniendo como potencial el incrementar la riqueza y la optimización de las mismas. Del mismo modo proporcionan un conjunto de métodos técnicos e iniciativas que buscan llevar adelante cada uno de los procesos que en ella se realicen, involucrando actividades que produzcan mejores resultados a corto, medio y largo plazo, como también operaciones trascendentes y evolutivas.

En la actualidad la sociedad de las organizaciones PYMES a nivel mundial, en cada país, y regiones nos muestra su crecimiento, formando aldeas empresariales que contribuyen con la innovación y aplicación de nuevas tecnologías; donde se puede comprender que el factor humano dentro de la organización significa percibirlo en todas sus dimensiones, considerando la plena expresión de su individualidad y la creación de un entorno en el que prevalezca la dignidad humana en todo momento, y así lograr una mayor independencia económica con su aporte en el uso de técnicas de gestión para el cambio concibiendo que las PYMES logren su integración adecuada en los diferentes mercados, superen las barreras de entrada; con calidad, productividad, y competitividad, adecuadas a las exigencias del poder tecnológico, político y económico.

En este nuevo milenio estamos acompañando un cambio en los valores de la sociedad con fuerte cuestionamiento sobre la ética empresarial, la ética rescata el aspecto espiritual, la esencia

del individuo en el trabajo, y estar atentos a los diversos usos de los conceptos modernos sobre ética disponibles, orientados a la línea materialista y utilitaria es parte fundamental de toda buena práctica empresarial. Sin embargo, aún existen organizaciones en las que no se lleva a cabo de manera explícita y transparente parte de estas actividades lo que provoca gran incertidumbre e inseguridad en el mismo, resaltando que pequeños detalles como este pueden ser consecuencia de fuertes fracasos, perjuicios y pérdida de una positiva percepción no solo de los empleados sino también de otros interesados.

Por consiguiente, independientemente dentro del ámbito que sea; ya sea social, empresarial o profesional es imprescindible el código de ética y moral puesto que el ser humano se ve en la necesidad de entablar relaciones ya sean personales, familiares o laborales en la que tendrá que acoger actitudes y escrúpulos responsablemente. Debe señalarse que la misma es una prueba explícita de principios sustanciales que mejora, ordena y configura la vida de cada individuo en el entorno social donde cada persona verá en ello una conducta buena, estable, íntegra y razonablemente moral (Etkin,1993).

Evidentemente se puede discutir razonablemente el tema de estrategias para promover prácticas de negocios éticas y responsables en el que se buscará observar y explorar mediante diagnósticos, encuestas, estudios, bases, y análisis que permitan identificar las barreras que enfrentan las organizaciones para implementar prácticas que contribuyan en mejorar su reputación, estabilidad y sostenibilidad, específicamente en la región de Monay, Parroquia La Paz, Municipio Pampán del estado Trujillo.

I. FASE DE PLANIFICACIÓN

Diagnostico Situacional

En la actualidad, el entorno empresarial enfrenta una creciente presión para adoptar prácticas de negocios éticas y responsables. La globalización, la digitalización y el acceso a la información han empoderado a los consumidores, quienes demandan mayor transparencia y responsabilidad social por parte de las empresas. Sin embargo, muchas organizaciones aún operan bajo modelos tradicionales que priorizan el beneficio económico a corto plazo sobre el bienestar social y ambiental. Esto ha llevado a la proliferación de escándalos corporativos, pérdida de confianza por parte de los consumidores y un impacto negativo en la reputación empresarial. En este contexto, es crucial desarrollar estrategias que promuevan una cultura de ética y responsabilidad en los negocios, que no solo cumplan con las normativas legales, sino que también respondan a las expectativas de los stakeholders y generen un impacto positivo en la sociedad.

Del mismo modo existen empresas donde no se llevan a cabo de manera precisa y estable prácticas que puedan promover su desarrollo, y autocontrol de sus operaciones. Así mismo la realización y gestión eficaz de operaciones responsables que permitan gozar de productos y servicios que satisfagan las necesidades de sus clientes. Cabe destacar que las organizaciones sufren continuamente inadecuados procesos que afectan directamente y de una forma muy negativa las actividades de la misma; la mayoría a causa de su falta de ética empresarial trayendo consigo desconfianza, consecuencias económicas y financieras graves.

Mientras tanto en las empresas más reconocidas de la comunidad se experimentan ciertas prácticas y principios éticos que guían fundamentalmente a la toma de decisiones y acciones de la empresa, tales como: capacitación, pautas, honestidad, responsabilidad, confidencialidad, empatía, compromiso, seguridad, transparencia, sostenibilidad, lealtad, integridad, respeto canales de comunicación, etc. Así mismo se puede decir que la ética permite descubrir y aplicar principios y reglamentos que se compaginan y perpetúan mutuamente en un sistema pluralista, conviviendo y compartiendo aun en medio de actitudes u opiniones diferentes, tolerando las distintas maneras de pensar (Cortina, 1994).

Por otra parte las políticas establecidas para prevenir la corrupción y el soborno de las operaciones se rigen principalmente en el caso del Banco Bicentenario; por instituciones bancarias, ley orgánica contra la delincuencia organizada, financiamiento al terrorismo, proliferación de armas de destrucción masiva, y necesariamente por el código de ética donde adicional se realizan monitoreo de cuentas de clientes y empleados como parte de la aplicación política; todo ello para minimizar riesgos. En este sentido la ética se involucra en las personas como un tipo de saber que busca guiar y sustentar la actividad humana de una manera razonable, escrupulosa y sustentable para la misma (Cortina, 1998). A este respecto se hace comprender y sintetizar el papel fundamental de los principios éticos y responsables que cada organización tendrá que establecer no solo como un requisito sino más bien como un complemento elemental para el proceder de cada persona.

Por su parte entre las acciones realizadas para promover la sostenibilidad ambiental en los procesos de negocios se encuentra la reducción de consumo de papel, consumo eléctrico, uso

de materiales y sustancias aprobadas por los organismos competentes en el proceso de limpieza y mantenimiento del establecimiento comercial, elaboración de planes de acción sostenibles en el otorgamiento de créditos en los sectores productivos y agrícolas que porten beneficios a la sociedad y al medio ambiente en común. Como opina Attfield (2010), que “La ética ambiental consiste en el estudio de las cuestiones y principios normativos relacionados con las interacciones de los seres humanos con el ambiente natural, y con sus contextos y consecuencias” (p.75). Aunque puede parecer un poco exagerado esto es parte sin duda de una buena contribución ética basada en los valores de conciencia y responsabilidad.

En vista de esto, las prácticas que se mantienen en marcha para asegurar la transparencia y la ética de los distintos negocios son principalmente el conocimiento y la aplicación del código de ética; documento por el cual se rigen y establecen las normas, criterios y valores para el buen ejercicio de la actividad profesional. De modo idéntico con cada uno de los empleados para garantizar la transparencia y legalidad de todos sus actos orientados y basados en las leyes, con el fin de recalcar que toda acción conlleva a una reacción bien sea positivo o negativo según sus actos. Además, se permite participar en la toma de decisiones, se busca fomentar innovación, aumentar la confianza del cliente, identificación del personal con los objetivos generales y específicos de la compañía cumpliendo sus expectativas de remuneración, desarrollo personal y profesional.

Por consiguiente, asegurar que todos comprendan y sigan el código de ética de las empresas es algo necesario e imprescindible dentro de las organizaciones, ya que este permite asegurar que los empleados precedan de acuerdo a los ideales establecidos mediante la

elaboración de una serie de reglas a seguir y cumplir; por medio de evaluaciones, editorial y monitoreo en que se logran detectar si están llevando a cabo los parámetros establecidos por la institución y el cumplimiento de ella.

Ahora bien, las organizaciones que buscan evaluar y mejorar continuamente sus prácticas éticas y responsables las realizan mediante un seguimiento al personal de forma trimestral, semestral, y anual comparándolos con los objetivos generales de la compañía para verificar la actualización de los conocimientos en cuanto procesos, productos y servicios ofreciendo al capital humano de la empresa la capacidad de desarrollar capacidades que desempeñen mejor su función presente y futura. Como también las sanciones y las leyes que se deben aplicar tanto al cliente como al empleado.

No obstante, la adaptación a los cambios en el entorno económico y financiero puede ser para las compañías una situación bastante difícil de afrontar y poder sobre llevar sin ningún problema pues para muchas solo lo pueden lograr por medio de la resiliencia; capacidad por la cual las empresas pueden enfrentar con una actitud positiva y optimista cualquier impacto o circunstancia que interrumpa, afecte o repercute una perdida comercial. Así pues en la elaboración de diferentes políticas que educen la formación de métodos autosustentables de inversión financiera, plantear distintos panoramas con posibles riesgos y soluciones y por ultimo estrategias de mercado tanto de innovación como de adaptación a nuevas tecnologías. Por esto las empresas en su mayoría de veces se inclinan de ella como un método confiable y seguro en sus procesos.

En relación a la formación que los empleados reciben sobre la ética y responsabilidad de la gestión financiera se puede decir que los mismos son capacitados e instruidos primeramente según el área en la que se desenvuelven mediante cursos, talleres, publicaciones, publicidades a través de correos electrónicos todo con el fin de crear conciencia en las acciones legales que puedan traer como consecuencia de cada uno de los actos. Esto es preparación de distintos temas como transparencia, rentabilidad y sostenibilidad de la operación.

Otro punto es, la seguridad que las prácticas o estrategias de financiamiento no contribuyan a la desigualdad económica y social; por la cual las distintas organizaciones empiezan por distribuir recursos, realizar inversiones que multipliquen los ingresos, siendo óptimos en la comercialización de bienes y servicio, garantizando el mejor precio y la mejor calidad. Además, elaborando estudios de mercadeo en el ámbito económico para poder asignar la aprobación de créditos tanto a empresario, agricultores y actualmente a emprendedores de diferentes rubros para garantizar un equilibrio económico en la región.

Problemas de la investigación

Planteamiento del Problema

Considerando los numerosos esfuerzos por promover buenas prácticas de comportamiento y actitudes en diversos entornos, muchos expertos en gestión empresarial, marketing y liderazgo corporativo han buscado dar un marco teórico a este concepto. En el mismo se puede hablar sobre el comportamiento organizacional el cual es un área de formación

que permite indagar y descubrir acerca de los fuertes impactos que pueden tener las personas en todo lo que se relacione a su conducta dentro del entorno empresarial (Stephen, 2009). Igualmente, dichas prácticas organizacionales son el enfoque y la instrucción de razones relativas en la forma en que los individuos proceden durante su trabajo, internamente en dicha institución (Newstrom, 1991).

Hoy en día podemos notar la carencia de estrategias que permitan el desarrollo de la ética responsable en las organizaciones, esto se identifican con más profundidad en las instituciones públicas en Venezuela, a sabiendas de la crisis social que enfrentamos hace más de una década, por lo que cada día el sector de educación en Venezuela se encuentra más emergido en la desmotivación por fomentar los principios básicos que todo estudiante debe aprender en cada una de sus etapas de aprendizaje, quedando así un vacío y una gran preocupación por los jóvenes que se están graduando hoy en día y que comienzan a ejercer profesionalmente funciones dentro de una organización. Por tal razón consideramos de mucha importancia que las empresas a nivel nacional practiquen estrategias que vayan en pro a mejorar ciertas conductas no aprendidas durante su proceso de transformación profesional en los trabajadores más jóvenes que conforman la institución.

En consecuencia la ética responsable dentro de las organizaciones se desarrolla bajo 2 componentes muy importantes el interno que es el comportamiento de las persona que ejercen un cargo en específico dentro de la organización con el objeto de que la misma haga valer e implemente estrategias de responsabilidad ética dentro de los mismos, y la parte externa que es

la interacción de la organización con sus clientes y sus alianzas, que también forman parte del círculo y la sostenibilidad organizacional .

En resultado cada día se hace más indispensable que las empresas implementen estrategias que desde los principios sus acciones se dirijan hacia la responsabilidad ética, la moral e integridad de las organizaciones, esto a su vez se encuentra asociado a los objetivos del desarrollo humano sustentable partiendo de que los mismos buscan disminuir los índices de pobreza desigualdades y fomentar la inclusión social

Por otra parte cuando se habla de una ética responsable es necesario tener en cuenta que el ser humano tiene de por sí uso de razón y en este experimenta el saber entre el bien y el mal siendo consciente de las consecuencias que pueden llegar a tener sus decisiones y de ellos sus actos, bien sea positivo o negativo según el peso de su acción poniendo como ejemplo lo siguiente: si se observa lo perjudicado que esta el planeta tierra esto lleva a tener una sentencia propia y comunitaria realizando distintas obras que contribuyan en el bien común y en el cuidado del medio ambiente lo cual surgirá de una mente que es capaz de estudiar, y reflexionar la situación que se vive. Además es importante resaltar que la responsabilidad ética genera confianza a través de las estrategias y el resultado que las misma pueden generar al círculo que se encuentra asociado en las organizaciones, constituye el actuar de manera responsable basándose en límites que sean transparentes, que vaya más allá del interés propio, es decir que la responsabilidad ética promueve los principios democráticos a nivel institucional.

Son muchos los estudios realizados sobre la ética responsable en el ente interno dentro de cada organización se revela la necesidad de ser estratégicamente implementada, lo cual conlleva a que estos principios definan una parte muy importante de lo que son las instituciones, tanto públicas y privadas geográficamente establecidas a nivel nacional, en la comunidad de Monay perteneciente al municipio Pampán del estado Trujillo , en la cual se presenta la problemática Objeto a estudio desde diferentes perspectivas, en donde se identifican descontentos comunes por los incentivos económicos que estas instituciones ofrecen a los trabajadores, pudiendo ser este un problema muy influyente en los actuares de responsabilidad ética en el banco bicentenario de la mencionada comunidad y en la empresa polar , acciones que pueden dar origen a al fracaso de las estrategias de motivación y capacitación que estas empresas establecen a sus trabajadores para el fomento de la ética responsable

No cabe duda que en las organizaciones los incentivos materiales son el motor principal para que los trabajadores generen un motivo y sentido de pertenecía en las instituciones, por lo que, muchos autores apuntan que estos deben estar en un nivel en el que cada trabajador pueda desde allí satisfacer sus primeras necesidades. En este punto se hace necesario que las empresas implementen estrategias donde se fomente el esfuerzo y que este mismo sea reconocido a través de planes materiales. También es importante reconocer que la falta de recursos para fomentar planes de crecimiento profesional, son el principal problema que hoy en día padecen las organizaciones, de esta forma se hace necesario que las mismas puedan implementar en sus presupuestos, garantías para que el desarrollo profesional que vaya dirigido al fortalecimiento ético responsable de sus trabajadores.

Por esta razón se propone estrategias que proyecten beneficios futuros a las Pequeñas y Medianas Empresas de Monay, municipio Pampán del estado Trujillo , que vayan en pro al fortalecimiento de las conductas de responsabilidad ética en sus trabajadores , de manera que pueda ser una herramienta que pueda agregar valor con acciones responsables propias de sus trabajadores, por lo tanto se formula el problema con la siguiente interrogante ¿ Qué elementos se pueden considerar para crear una estrategia en las organizaciones de la comunidad de Monay municipio Pampán del estado Trujillo, orientada a el fomento de la responsabilidad ética de los trabajadores?

Problema general

¿Qué efectos tiene la falta de estrategias que promuevan la responsabilidad ética en las organizaciones de la comunidad de Monay municipio Pampán del estado Trujillo?

Problemas específicos

- 1) ¿Cómo inciden las políticas y lineamientos éticos que se practican en las organizaciones de la comunidad de Monay municipio Pampán del estado Trujillo que contribuya a mejorar su reputación, sostenibilidad y relación con los stakeholders?
- 2) ¿Cuáles actos son importantes para identificar la conciencia ciudadana que permitan buenas prácticas de ética responsable en las organizaciones de la comunidad de Monay municipio Pampán del estado Trujillo

- 3) ¿Cómo se puede medir la falta de valores y principios éticos en los trabajadores de las organizaciones de la comunidad de Monay municipio Pampán del estado Trujillo?

Formulación de Objetivos

Objetivo general

Desarrollar estrategias organizacionales para promover prácticas de negocios éticas y responsables en las empresas, que contribuya a mejorar su reputación, sostenibilidad y relación con los stakeholders.

Objetivos específicos

1. Identificar las principales barreras que enfrentan las organizaciones para implementar prácticas éticas en sus operaciones diarias en las PYMES de la Parroquia La Paz Municipio Pampán del Estado Trujillo.
2. Determinar los factores internos y externos que influyen en la adaptación de prácticas de negocios éticas y responsables en las PYMES de la Parroquia La Paz Municipio Pampán del Estado Trujillo.
3. Diseñar estrategias organizacionales para promover prácticas de negocios éticas y responsables en las empresas que incluya herramientas y recursos para facilitar la implementación de políticas de ética empresarial en las PYMES del Municipio de la Parroquia La Paz Municipio Pampán del Estado Trujillo.

Justificación de la Investigación

La presente investigación aborda la temática de cómo desarrollar estrategias organizacionales para promover prácticas de negocios éticas y responsables en las empresas ubicadas en la Parroquia la Paz, Municipio Pampán, del estado Trujillo en el cual primeramente se puede ver que es un tema crucial en el mundo actual, donde las empresas enfrentan un creciente en su impacto social y ambiental. Además la ética es muy necesaria en cualquier área del trabajo en esta caso si se fuera consciente de su importancia las organizaciones crecerían exponencialmente.

De este modo la argumentación para promover dichas prácticas de negocios se basa en varios aspectos claves como: el desarrollo sostenible; asegurando que las actividades económicas no solo sean rentables sino que también respeten el medio ambiente y el derecho de las personas, mejorar la reputación empresarial; ya que las organizaciones que adoptan practicas éticas tienden a gozar de una mejor reputación lo que puede traducirse en una mayor lealtad de los clientes y aumento en las ventas, reducción de conflictos en la comunidad impulsando un ambiente de cooperación y respeto mutuo. Así mismo fortalecimiento de economía local, al priorizar la ética y la responsabilidad se puede fortalecer la economía local creando un entorno más justo y equitativo. En resumen, fomentar prácticas dentro de esta comunidad es beneficioso no solamente para las empresas sino que también para el desarrollo y la cohesión social de la comunidad.

Si bien, existe el caso de empresas exitosas que sufrieron grandes pérdidas por falta de responsabilidad Social y crisis de liderazgo, tal es el ejemplo de Volkswagen; fabricante de

automóviles asentado en Wolfsburg, Baja Sajonia Alemania en donde alrededor del año 2015 fue denunciado por manipular las emisiones de sus vehículos que como bien se sabe pueden incluir una amplia variedad de sustancias altamente peligrosas y contribuir a la contaminación del air; todo esto para cumplir con las regulaciones ambientales, escándalo que provocó bastante desconfianza y prejuicio en la empresa. Indicando de esta manera que las organizaciones poseen responsabilidad no solamente con sus empleado, accionistas, proveedores sino que también con la sociedad y la casa en común (el medio ambiente).

De igual forma se presenta el paradigma del crimen del medicamento Tylenol en el que la compañía tuvo que emitir su producto en las tiendas de todo el país al encontrarse píldoras envenenadas que causaron la muerte de 7 personas aproximadamente en el año 1952. En consecuencia, esto llevo a la empresa a actuar de una manera rápida y responsables ante crítica situación, retirando el producto y reemplazándola por una versión mejorada y estableciendo patrones de seguridad y confianza para la recuperación de su reputación.

Para concluir este apartado, es relevante considerar que el impacto de las estrategias que promueven prácticas de negocios éticas y responsables puede ser profundo y sustentable afectando positivamente la confianza, el desarrollo económico, la responsabilidad social, la educación y la sostenibilidad ambiental del sector el cual se está refiriendo. Además, proporciona un eje muy importante en la mejora de la imagen, transparencia en la gestión, cumplimiento de la ley, convirtiéndose de esta manera el pilar básico para la edificación y mantenimiento de una buena reputación. El desarrollo de estrategias para promover prácticas de negocios éticas y responsables en el Estado Trujillo, específicamente en el Municipio Pampán, puede beneficiarse

de los enfoques y líneas de investigación de la Universidad Valle del Momboy (UVM). A continuación, se presentan los aportes desde diferentes perspectivas:

APORTE TEÓRICO

Desde el punto de vista teórico, la UVM se enfoca en la formación integral de personas que sean competentes y participativas, desarrollando teorías y avances para el mismo. Esto implica que las estrategias deben basarse en prácticas y principios éticos, sólidos y en la promoción del Desarrollo Humano Sostenible. La investigación con pertinencia social es fundamental para entender las dinámicas locales y adaptar las prácticas empresariales a las necesidades de la comunidad.

APORTE SOCIAL

Socialmente, es crucial fomentar una cultura de responsabilidad ética empresarial que involucre a todos los actores de la comunidad. La Universidad Valle del Momboy promueve la interacción activa con el entorno, lo que puede facilitar la creación de alianzas entre empresas, organizaciones no gubernamentales y la comunidad. Estas alianzas pueden ser clave para implementar programas de capacitación y sensibilización sobre la importancia de las prácticas éticas en los negocios.

APORTE METODOLÓGICO

Metodológicamente, se pueden utilizar enfoques de investigación para identificar las mejores prácticas y los desafíos específicos que enfrentan las empresas de dicho municipio. La UVM demuestra un compromiso con la investigación aplicada, lo que significa que se pueden diseñar estudios de casos y encuestas para comprender cómo las empresas locales pueden adoptar prácticas más responsables. Además, se pueden utilizar enfoques participativos que involucren a las comunidades en el desarrollo y evaluación de estas estrategias.

APORTE PRÁCTICO

En la práctica, se pueden realizar talleres y programas de capacitación para enseñar a los empresarios la importancia de la ética empresarial. Como institución dedicada al desarrollo humano integral, la UVM puede proporcionar la infraestructura y los recursos para facilitar estos programas. Además, se podrían desarrollar incentivos como la certificación o el reconocimiento para las empresas que adopten prácticas responsables para enfatizar su compromiso con la ética. En este sentido, la Universidad del Valle del Momboy puede jugar un papel fundamental en la promoción de prácticas empresariales éticas y responsables en la ciudad de Pampeana. Con el enfoque teórico correcto, una fuerte participación social, métodos de investigación y actividades prácticas apropiados, se pueden hacer contribuciones significativas al desarrollo sostenible de la región.

Delimitación

La delimitación del tema sobre las estrategias para promover prácticas de negocios éticas y responsables en el estado Trujillo, específicamente en el municipio Pampán, Parroquia

La Paz, consiste e implica establecer y dejar en claro los límites y el enfoque del estudio, delimitando el tiempo y el espacio que se desea estudiar. A continuación, se presenta el contexto geográfico, el ámbito de estudio, los aspectos que serán incluidos y excluidos como también las claves para esta delimitación:

Contexto Geográfico y enfoque temporal

El estudio se enfocará en la población de Monay, ubicada en la Parroquia La Paz, Municipio Pampán del Estado Trujillo, Venezuela. Este municipio, que cuenta con una población considerable en la parroquia La Paz, es un lugar donde se pueden observar diversas dinámicas económicas y sociales que afectan la implementación de prácticas éticas en los negocios. La investigación se llevará a cabo desde julio hasta noviembre del año 2024, abarcando un periodo aproximado de 4 meses. Además, se centrará en analizar las prácticas actuales y cómo han mejorado y ampliado con el tiempo.

Ámbito de Estudio

El estudio se enfocará en la PYMES del Sector Hotelero que operan en dicha parroquia y que ofrecen a los habitantes distintos servicios, teniendo como actividad principal el alojamiento de huéspedes que pueden ser permanentes o de paso. Se observarán y explorarán las estrategias que estas organizaciones han implementado para promover la ética y la responsabilidad social, como la están llevando a cabo; su constancia, viabilidad, innovación y optimización así como su impacto en la comunidad.

Aspectos a Investigar

Se abordarán temas como:

- ✓ Códigos de conducta y su aplicación en las empresas.
- ✓ Capacitación en ética para empleados y directivos.
- ✓ Iniciativas de responsabilidad social que beneficien a la comunidad.
- ✓ Percepción de la comunidad sobre las prácticas éticas de las empresas.

Limitaciones

Es fundamental reconocer que el estudio puede enfrentar limitaciones, como la disponibilidad de datos y la diversidad de opiniones dentro de la comunidad sobre lo que se considera una práctica ética, así como la escasez de hoteles en funcionamiento. Además, se tomará en cuenta el contexto socioeconómico de la región, que puede influir en la implementación de estas estrategias. Por otro lado, la delimitación del tema permitirá un análisis profundo y específico de cómo las estrategias éticas en los negocios pueden impactar positivamente en la Parroquia la Paz, contribuyendo al desarrollo sostenible y al bienestar social.

Revisión de la literatura

Realizar una revisión exhaustiva de la literatura académica y científica relacionada con las estrategias organizacionales, objetivos estratégicos, planificación estratégica, desarrollo

empresarial, prácticas de negocios éticos y responsables, así como las Principales barreras que enfrentan las organizaciones para implementar prácticas éticas, lo que contribuye a Identificar los marcos teóricos y los conceptos clave que guiaran la investigación. La interrelación entre estos conceptos ha sido objeto de estudio en diversas disciplinas, destacando la importancia de estos conceptos en el desarrollo de estrategias empresariales efectivas y sostenibles.

Estudios Previos

(Yancem, 2020). En su tesis titulada Estrategias de responsabilidad social empresarial en las pymes de la ciudad de Guayaquil. El propósito fundamental de esta investigación era principalmente identificar las barreras que la empresa presenta para la correcta implementación de estrategias de responsabilidad social, lográndose identificar que existe un desconocimiento arduo de los beneficios que estas estrategias proporcionan a las empresas, así mismo se considera un total desinterés de la gerencia por el conocimiento del tema de RSE. En conclusión y en consecuencia con los indicios encontrados la empresa objeto a estudio no posee estrategias que concienticen la cultura laboral y por ende el fomento de actuaciones de responsabilidad social.

Sin embargo, a raíz de lo mencionado, se elabora una estrategia que promueve prácticas responsables en las pymes del sector comercial de la zona norte de Guayaquil. Esta estrategia toma en cuenta factores dinámicos y reales en las acciones dirigidas al personal, proveedores y clientes de la empresa. Se concluye que las pymes de este sector deben implementar estrategias de responsabilidad social para poder observar resultados que sean sostenibles a lo largo del tiempo.

(Álvarez; Quiroz; Mamani; Meza C & Purizaca, 2021) Ética en los negocios y su impacto en el desempeño empresarial. Es importante señalar que el objetivo era identificar y evaluar los eventos relacionados con las prácticas éticas en las organizaciones, así como determinar si se cumplen las contribuciones éticas al medio ambiente. Se observó que estas acciones presentan, por así decirlo, pocos actos éticos, ya que su enfoque principal está en las utilidades y no en el impacto ambiental que deberían considerar. Por lo tanto, se proponen técnicas que evalúen este impacto, es decir, que puedan indicar con precisión cuán significativo es este proceso. Es fundamental recordar que este concepto sugiere que la toma de decisiones éticas genera una valoración institucional y también ayuda a reducir el impacto ambiental asociado con el avance de la industrialización y la contaminación.

(Rivadeneira & Echeverri, 2021). Investigación titulada "Micro y pequeñas empresas y las estrategias de responsabilidad social empresarial: una perspectiva desde el desarrollo sostenible". El objetivo de este estudio es expresar y señalar las diversas actividades que demuestran el uso de prácticas de responsabilidad social. Es importante destacar que estas son estrategias éticas que toda entidad debe cumplir para contribuir a la protección del medio ambiente, así como para abordar los problemas que enfrenta la sociedad en relación con la sostenibilidad ambiental.

Mientras tanto, en la información recopilada a través de una encuesta virtual realizada con los empresarios, se establecieron las orientaciones de conducta organizacional en temas clave de responsabilidad social empresarial, así como definiciones fundamentales de crecimiento

sostenible. Esto demuestra un conocimiento sólido de estas estrategias y su correcta implementación. En relación con las investigaciones internacionales presentadas, se concluye que es esencial identificar la necesidad de aplicar estas estrategias para contribuir de manera efectiva al fomento de prácticas éticas y responsables. Estas prácticas son fundamentales para el buen desempeño en cuanto a los valores y principios organizacionales, generando conciencia y valor cultural entre los trabajadores y otros aliados empresariales.

Por otra parte (Aular, 2022) En su artículo científico titulado Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial de Venezuela, se observa que su objetivo es evaluar y determinar las estrategias responsables que se están implementando en diversas instituciones. Se busca comprender y colaborar en el plan organizacional, analizando su estructura interna y trabajando en su optimización, con el fin de fomentar un avance ético y responsable en la gestión.

Basado en este punto, la gerencia, o más bien las fuentes de liderazgo que tienen las organizaciones, será el aspecto más crucial para desarrollar estas estrategias. Todo debe comenzar con la necesidad y la conciencia social sobre la realidad que enfrentan las organizaciones en la actualidad. Por lo tanto, es fundamental dar a conocer los resultados que respaldan la implementación de estas prácticas. En relación con el objeto de estudio, se identificaron acciones socialmente responsables, aunque con algunas debilidades en la unificación de las carencias por parte de la gerencia. Sin embargo, estas acciones evidencian el cuidado de los recursos naturales y el desarrollo de actividades concretas en la comunidad donde se encuentra la entidad.

Bases teóricas

Principales Barreras para la Implementación de Prácticas Éticas en las PYMES, en este sentido (Quiñonez; Salgado; López & Vernaza, 2023) expresa las principales barreras:

Desconocimiento o falta de formación en ética

Si bien es cierto que muchos propietarios y empleados de pequeñas y medianas empresas no cuentan con la formación adecuada en prácticas éticas organizacionales, ya sea porque no la reciben o porque no se enfatiza lo esencial, lo que les impide entender y reconocer la importancia que esto tiene en los negocios. Por lo tanto, cuando falta el conocimiento necesario, las decisiones éticas y responsables pueden traer como resultado acciones que no benefician al entorno empresarial.

Cultura Organizacional

La cultura en una empresa juega un papel fundamental en la adopción de prácticas éticas. Cuando la dirección fomenta un ambiente de transparencia y responsabilidad, es más probable que se implementen estas prácticas. En este contexto, la cultura organizacional se refiere al conjunto de valores, creencias y comportamientos que comparten los empleados, lo que influye

en cómo interactúan y toman decisiones en su trabajo, así como en el ambiente en el que conviven y laboran.

Falta de liderazgo en ética

Por su parte, la falta de un liderazgo fuerte y comprometido con la ética puede tener como resultado una implementación débil de las prácticas responsables. Si alguien debe ser transparente y ser ejemplo con su testimonio es el líder, el mismo es una pieza fundamental para promover la ética, de lo contrario no podrá implementarse las normativas necesarias de una manera efectiva. En este sentido, la implementación de prácticas éticas en las operaciones diarias de las PYMES enfrenta múltiples barreras, desde limitaciones de recursos hasta aspectos culturales y de liderazgo. Para superar estas barreras, es fundamental que las organizaciones comprendan que la ética no solo es una obligación moral, sino también una estrategia que puede contribuir a su éxito a largo plazo.

Factores Internos

Liderazgo

Es evidente, que las conductas de los líderes los cuales siempre están enfocados en el trabajo en equipo y en su consolidación, también desempeñan un papel muy resaltante y fundamental en las organizaciones. Por lo demás, los líderes deben demostrar mediante la incrementación de prácticas responsables un compromiso claro con la ética empresarial y todo lo

que esta conlleva a realizar y transmitir a los demás; promoviendo un carácter significativo, responsable y estable.

Formación y Conciencia

La capacitación y la sensibilización sobre ética en los negocios son fundamentales para el desarrollo y la mejora de las organizaciones. Las empresas que invierten en este ámbito tienden a seguir más de cerca los principios éticos. La educación ética en las organizaciones no solo optimiza la toma de decisiones, sino que también fomenta un ambiente laboral más saludable y responsable, promoviendo comportamientos y actitudes que pueden ser muy estables y beneficiosas.

Factores Externos

Regulación y Normativa

Las leyes y regulaciones gubernamentales son factores externos que tienen un impacto considerable en la adopción de prácticas éticas. La necesidad de cumplir con estas normativas puede motivar a las empresas a implementar la ética en sus operaciones. Así, la regulación gubernamental se convierte en un motor que impulsa a las organizaciones a adoptar prácticas corporativas más responsables, contribuyendo al fortalecimiento de las mismas y facilitando su implementación.

Conducta del consumidor

Es importante destacar que la presión y las demandas de los consumidores, así como el papel de la sociedad civil, son fundamentales en este contexto, ya que influyen en las decisiones y acciones de los individuos. De hecho, las empresas que desatienden las expectativas sociales corren el riesgo de enfrentar consecuencias negativas. Además, las perspectivas sociales sobre la responsabilidad organizacional han evolucionado, lo que implica que las empresas no deben actuar de manera indiferente, sino que, por el contrario, deben comprometerse con principios éticos.

Mercado Competitivo

Cabe destacar que en mercados competitivos, las empresas pueden utilizar prácticas éticas como una ventaja competitiva, lo que obliga a los mercados a idealizar y desarrollar estrategias que fortalezcan esa competencia. La ética puede ser un factor diferenciador clave que atrae a consumidores conscientes. La competencia en el mercado frecuentemente impulsa a las empresas a adoptar prácticas más éticas, dado que los consumidores valoran la responsabilidad social.

Estrategias organizacionales

En cuanto a las estrategias organizacionales de una empresa, se puede afirmar que implican la creación, planificación, implementación y evaluación de las decisiones de una organización, con el objetivo de alcanzar los diversos propósitos que se proponga en un periodo determinado, preferiblemente a largo plazo. (Sánchez, 2021). En consideración a lo previsto por

el autor y en relación al tema, las estrategias organizacionales son las principales acciones que encaminan a una empresa al logro de sus metas. Como es de saberse las organizaciones están en constantes cambios, las dinámicas que se originan obligan a las empresas a adelantarse a las situaciones futuras para la obtención de resultados satisfactorios. Es por ello que al hablar de estrategias organizacionales se hace hincapié a que estas deben basarse en estimaciones reales sobre los resultados que determinado ente pueda obtener en relación a su función.

Cabe mencionar que la existencia de las estrategias organizacionales parten a diferentes propósitos, y en consecuencia se pueden determinar muchos tipos como por ejemplo las estrategias destinadas a mejorar determinada área en la organización, es decir por poner un ejemplo apegado al tema , cuando las empresas carecen de cultura organizacional es importante identificar que requiere de tácticas que fomenten las buenas practicas éticas y responsables en donde se puedan identificar primeramente los puntos más necesarios e influyentes en este tipo de estrategias.

En todos los espacios organizacionales el empleo de estrategias tienen un propósito anunciado, y todo se resume principalmente en los resultados anuales que objetivamente la empresa espera recibir para su crecimiento, en consecuencia el principal elemento a considerar son los trabajadores o aliados con los que la empresa cuenta para potenciar su crecimiento, pero para ello el liderazgo organizacional permitirá por medio de estas estrategias crear oportunidades de captación y aprendizajes, fortaleciendo así el factor humano con conciencia ética y sostenible.

Desarrollo empresarial

De este modo, cuando se habla del desarrollo empresarial, se hace referencia al crecimiento que una empresa puede experimentar a largo plazo. Esto se puede lograr principalmente a través de estrategias de capacitación e innovación que fortalezcan las habilidades de los empleados y empresarios, con el objetivo de modernizar las condiciones de la empresa (Alpert, 2018) citado por (Muñiz; Tomalá & Alvarado, 2022). Dentro de este orden de ideas, el desarrollo empresarial es el resultado de la adaptación de las prácticas organizacionales, se encuentra vinculado a factores relevantes que determinan si este desarrollo está proporcionando respuestas positivas que avalen las acciones que fueron destinadas al caso.

En otras palabra, es imprescindible que las empresas implementen herramientas que midan el desarrollo empresarial, esta herramienta aportara resultados capaces de señalar de donde provienen los indicativos para que se sigan o no aplicando las acciones adecuadas. Así mismo el desarrollo empresarial es necesario para poder adaptarse a la sociedad, este viene dado en las distintas acciones y procesos que la misma están dispuestas a ofrecer tanto al personal interno como a los entes externos que interactúan para que dicho sistema empresarial se reproduzca, es decir que las nuevas empresas o las empresas evolucionadas necesitan seguir este curso si quieren continuar en subsistencia.

Prácticas de negocios éticas y responsables

Cabe decir que las estrategias empresariales éticas y responsables confirman así la imagen de la organización proyectada por los empleados internos y externos, es decir, las buenas

prácticas organizacionales deben estar basadas y definidas por valores y principios éticos. Esto asegura la confianza y las conexiones con aliados dentro y fuera de la empresa. En otras palabras, la imagen de una empresa es crucial cuando se trata de conectarse con las personas con las que quiere conectarse, y esas personas lo reflejarán en sus acciones y atractivo. Concepto de organización. En este caso, este hecho se logra a través de la determinación como persona que puede afirmar armoniosamente los principios y valores éticos necesarios para cada función que se desempeña dentro de la organización. Por lo tanto, todas las acciones deben estar respaldadas por prácticas éticas y responsables, creando un ambiente de armonía y apoyo mutuo entre todas las partes involucradas.

Conceptos básicos

Ética (Guzmán, 2013) Citado por Tercero, S. y López, J. (2020) Es importante destacar que la ética es una disciplina científica que se ocupa del estudio de la moral y del comportamiento humano. Estos parámetros nos ayudan a entender mejor qué se considera bueno y qué se considera malo, teniendo en cuenta aspectos como la corrupción, la justicia y la manera en que cada individuo actúa de forma independiente, ya que esto influye en nuestro comportamiento ante diversas situaciones. En la vida diaria, se presenta una situación de acción moral, donde se buscan razones que justifiquen la elección de un marco de referencia moral específico.

Además, la ética empresarial trasciende lo legal al enfocarse en hacer lo correcto en todos los aspectos del negocio, lo que incluye tratar a empleados, clientes, proveedores y

competidores con respeto y equidad. Las empresas que actúan de manera ética no solo buscan maximizar sus ganancias, sino que también se comprometen a operar de forma responsable y sostenible (Fraguas, 2023). Por otra parte la Responsabilidad Social Empresarial es un marco normativo que integra la sostenibilidad como marco estratégico de una empresa y la innovación como variable interviniente que ayuda a asegurar la sostenibilidad de un enfoque empresarial responsable. En definitiva, la innovación y la tecnología nos permiten desarrollar operaciones responsables y sostenibles en el corto, mediano y largo plazo, lo que realmente le da a la empresa una enorme ventaja (Azuelo, García, & Garibello, 2022).

Gestión de stakeholders (Azuelo; García y Garibello, 2022). En la literatura sobre este tema, la teoría de las partes interesadas se emplea para examinar la relación entre la empresa y sus diferentes grupos de interés. Esta teoría se centra principalmente en cómo una empresa gestiona sus interacciones con estos grupos. Se destacan las prácticas socialmente responsables; la gestión de relaciones con las partes interesadas implica establecer vínculos recíprocos y beneficiosos entre una empresa y sus grupos de interés, que incluyen inversores, clientes, proveedores, empleados, medios de comunicación y otros (Esan, 2021). El desarrollo sostenible consiste en satisfacer las necesidades de la generación presente sin comprometer las de las futuras, asegurando al mismo tiempo un equilibrio entre el crecimiento económico, el respeto por el medio ambiente y el bienestar social (Santander Universidades, 2022).

La responsabilidad ética

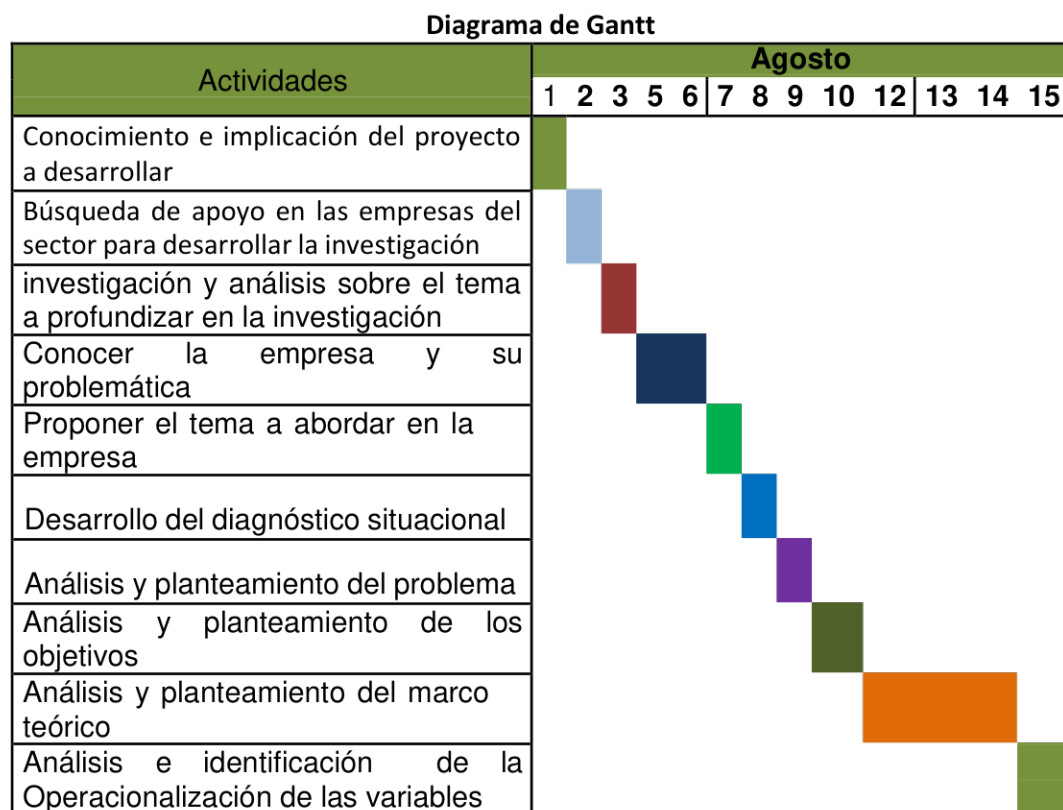
La responsabilidad ética se establece como una estrategia que orienta el comportamiento de los colaboradores en la gestión institucional, a través de reglas, valores y normas que favorecen la excelencia en su trabajo (Castro & Pinto, 2021). La conducta de las personas puede cambiar según el contexto cultural y social, así como por las creencias políticas o religiosas. Sin embargo, existen ideales éticos universales que han sido compartidos por la humanidad a lo largo de la historia. Promover y trabajar en los valores éticos es fundamental y debe abordarse tanto en el entorno familiar como en el educativo.

PYMES

Según (Pérez y Gardy, 2009) citado por (Ruiz y Ramos, 2020), Pyme es un tipo de empresa comercial, industrial o de otro tipo que emplea un número reducido de empleados y tiene unos ingresos moderados. Este tipo de negocio depende principalmente del número de empleados, las pequeñas y medianas empresas son uno de los principales motores de la creación de empleo en el país ya que constituyen el grado adecuado de operaciones, recursos y actividades.

Cronograma de Planificación

Tabla 1
Diagrama de Gantt



Operacionalización de las Variables

Desarrollar estrategias organizacionales para promover prácticas de negocios éticas y responsables en las empresas, que contribuya a mejorar su reputación, sostenibilidad y relación con los stakeholders.

Variable 1: Estrategias organizacionales

Definición

Las estrategias organizacionales son las principales acciones que encaminan a una empresa al logro de sus metas. Como es de saberse las organizaciones están en constantes cambios, las dinámicas que se originan obligan a las empresas a adelantarse a las situaciones futuras para la obtención de resultados satisfactorios.

Tabla 2
Operacionalización de las Variables

Objetivo general: Desarrollar estrategias organizacionales para promover prácticas de negocios éticas y responsables en las empresas, que contribuya a mejorar su reputación, sostenibilidad y relación con los stakeholders.				
Objetivos específicos	Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
Identificar las principales barreras que enfrentan las organizaciones para implementar prácticas éticas en sus operaciones diarias en las PYMES de la Parroquia La Paz Municipio Pampán del Estado Trujillo	Estrategias organizacionales	Barreras para implementar practicas éticas.	- Desconocimiento o falta de formación en ética. - Falta de liderazgo en ética. - Cultura Organizacional	1 2-3 4-5
Determinar los factores internos y externos que influyen en la adaptación de prácticas de negocios éticas y responsables en las PYMES de la Parroquia La Paz Municipio Pampán del Estado Trujillo.		Factores internos	- Liderazgo - Formación y conciencia.	6 7
		Factores externos	- Regulación y Normativa. - Conducta del consumidor. - Mercado Competitivo.	8-9 10-11 12
Diseñar estrategias organizacionales para promover prácticas de negocios éticas y responsables en las empresas que incluya herramientas y recursos para facilitar la implementación de políticas de ética empresarial en las PYMES del Municipio de la Parroquia La Paz Municipio Pampán del Estado Trujillo.		Este objetivo se dará respuesta con la elaboración de los objetivos 1 y 2.		

Fuente: Elaboración propia

II. FASE DE IMPLEMENTACIÓN

Es fundamental que las empresas establezcan un sistema de evaluación continua de sus prácticas éticas y responsables. Esto puede abarcar encuestas de satisfacción, auditorías internas y la recopilación de comentarios de empleados y clientes. La mejora continua es esencial para ajustarse a las expectativas cambiantes de la sociedad y del mercado. En este contexto, se utilizará una metodología cuantitativa que facilite la recolección y análisis de datos numéricos basados en las experiencias de los participantes del sector hotelero.

Por su parte, para la recopilación de datos, se empleará la técnica de la encuesta, que permitirá obtener información detallada y necesaria sobre las prácticas éticas en el sector mencionado. En lo que respecta a la selección de participantes para un grupo focal, este es un proceso cuidadoso que exige la definición de criterios claros, métodos de reclutamiento eficaces y una buena comunicación con los seleccionados, asegurando así una discusión productiva y enriquecedora.

Diseño de la investigación

Se refiere a la estrategia o enfoque metodológico que se emplea para gestionar y regular las variables involucradas en la investigación. El diseño de investigación se puede definir como el procedimiento que un investigador selecciona como guía o técnica para llevar a cabo adecuadamente la investigación, donde además se asegurará de utilizarlo de manera lógica en el manejo del problema, con el objetivo de lograr un uso bueno y eficiente del mismo (Muguiru, 2018).

Ahora bien, se llevará a cabo un análisis exhaustivo del sector hotelero en la comunidad de Monay con el objetivo de implementar prácticas responsables que contribuyan al desarrollo local. Además de fomentar estas prácticas, se busca ayudar a los hoteles a cumplir con las regulaciones y normativas locales e internacionales sobre turismo responsable, lo que les permitirá evitar sanciones y mejorar su operatividad. Por otro lado, se empleará la técnica de la encuesta, la cual será dirigida a los trabajadores, gerentes y jefes de departamentos que desempeñan funciones en la organización.

Población y muestra

Ante todo, en la investigación, entender los conceptos de población y muestra es crucial para asegurar la validez y la capacidad de generalización de los resultados. La población se refiere al conjunto completo de personas, objetos o eventos que comparten una característica común y que se analizan. Sin embargo, en muchas ocasiones, investigar a cada individuo de la población resulta poco práctico o costoso, por lo que es esencial utilizar una muestra, que es una parte representativa de la población.

En este caso, la muestra representa una pequeña porción de la población total bajo estudio. Por lo tanto, al realizar encuestas, los participantes serán miembros de la población invitada a participar en estos cuestionarios, en los que se examinarán y analizarán las diversas características o comportamientos de los datos anteriores, teniendo en cuenta que la muestra está utilizando métodos de investigación preparados (Velázquez, 2019). En este apartado, se analizará la población ante el sector hotelero los cuales antiguamente se encontraban divididos por 8 según

la actualización de contribuyentes de patentes de industria y comercio registrado en las oficinas del departamento de Finanzas de la Alcaldía de Pampán, lo que ahora se encuentra en función solo 3 comprendido por 1 Gerente General, 3 Jefes de Recepción, 3 Administradores y 3 Gerentes de Servicios.

Diseño de instrumento de recolección de datos

Ante todo, las técnicas e instrumentos son aspectos fundamentales en el proceso de la investigación. El diseño de instrumentos para la recolección de datos tiene como objetivo crear una herramienta de investigación que permita obtener resultados de mejor calidad, seguros y procesables. Este proceso es bastante complejo y se recomienda tener en cuenta diversos aspectos durante su elaboración, como la validez y la confiabilidad (Hinojosa, 2023). Estas técnicas son fundamentales para asegurar que los datos recolectados sean válidos y útiles para responder a las preguntas de investigación.

Cabe considerar, que la elección de la técnica es por medio de la encuesta, la cual es un recurso fácil de usar y accesible que posibilita a los investigadores obtener datos sobre los comportamientos, actitudes, opiniones y demografía del sector en estudio y las personas involucradas. Sin embargo, el instrumento que se empleará es el cuestionario, que comúnmente se considera una herramienta para la recolección de datos cuantitativos. Este se compone de una serie de preguntas relacionadas con el tema, organizadas de manera específica, e incluye una combinación de preguntas cerradas y abiertas. (Ortega, 2020). Por esta razón, es fundamental diseñar un cuestionario de manera adecuada para obtener resultados exactos y precisos, así como

para responder de forma efectiva. La escala que se utilizará será de tipo Likert (siempre, a veces, nunca), con (XX) preguntas cerradas que estarán relacionadas con ítems, dimensiones, objetivos e indicadores pertinentes al tema en estudio.

Validación y Confiabilidad de Instrumentos

En habidas cuentas, la validación y la confiabilidad de los instrumentos son conceptos fundamentales en la investigación, ya que aseguran la calidad y precisión de los datos recolectados, especialmente en la metodología cuantitativa. La validación implica el proceso de verificar si un instrumento realmente mide lo que se pretende medir. Por otro lado, la confiabilidad se refiere a la capacidad de un instrumento de medición para producir resultados consistentes y reproducibles cuando se utiliza en diferentes momentos o contextos.

Por lo tanto, es fundamental cuestionar y evaluar la validez y confiabilidad de un estudio, en este caso de esta investigación, para garantizar que el instrumento de recolección de datos y la información obtenida sean realmente concisos y precisos al momento de analizar las variables del estudio. (Narváez, 2023). En este caso, el instrumento será entregado a tres (03) expertos que se encargarán de validar el contenido correspondiente, haciendo las observaciones necesarias y evaluando la relevancia de los ítems relacionados con todos los elementos que componen las variables de estudio

Tabla 3
Escala de Likert

VALORACION	CATEGORÍAS
1	S = Siempre
2	CS = Casi Siempre.
3	AV = A Veces
4	CN = Casi Nunca
5	N = Nunca

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4
Nivel de satisfacción bajo el valor del Alfa de Croanbach

NIVEL DE SATISFACCIÓN	VALOR DE ALFA DE CRONBACH
Excelente	0,9 ; 1
Muy Bueno	0,7 ; 0,8
Bueno	0,5 ; 0,6
Regular	0,3 ; 0,4
Deficiente	0; 0,2

Fuente: Alfa de Cronbach

En este caso, calculamos la confiabilidad mediante el Coeficiente de Alfa de Cronbach, ya que es esencial para asegurar que las escalas y pruebas sean válidas y consistentes, lo que a su vez fortalece la calidad de esta respectiva investigación. La fórmula es:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

Donde:

α = Alfa de Cronbach.

K = Número de Ítems.

Vi = Varianza de cada Ítems.

Vt = Varianza Total

Los respectivos datos se obtuvieron del instrumento aplicado a los tres (03) hoteles, de la comunidad de Monay, municipio Pampán del estado Trujillo. Donde se utilizó una hoja de cálculo Excel para sacar los resultados.

Tabla 5
Cálculo del grado de confiabilidad del instrumento

	ÍTEM 1	ÍTEM 2	ÍTEM 3	ÍTEM 4	ÍTEM 5	ÍTEM 6	ÍTEM 7	ÍTEM 8	ÍTEM 9	ÍTEM 10	ÍTEM 11	ÍTEM 12	SUMA TOTAL
Hotel Tierras Trujillanas	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
Hotel Primavera	1	3	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	19
Hotel El sol de estambul	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	16
VARIANZA	0,0	1,3	1,0	0,3	0,3	0,0	5,3	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	50,0
SUMA DE LA VARIANZA DE LOS ÍTEM	8,67					CONFIABILIDAD	0,9018						
						MEDIANA	1						
						MODA	1						
						MEDIA	1,153846154						

Fuente: Elaboración propia

Quedando de la siguiente manera:

$$a = \frac{12}{12 - 1} \left[1 - \frac{8,67}{50,0} \right]$$

$$a = \frac{12}{11} \left[1 - \frac{8,67}{50,0} \right]$$

$$a = 1,090909 [1 - 0,1734]$$

$$a = 1,090909 * 0,826$$

$$a = 0,901$$

Se puede concluir, a partir del resultado obtenido, que el instrumento utilizado es excelente, ya que supera el 0,9. Esto sugiere que los ítems del cuestionario están altamente correlacionados y, por ende, son confiables.

Análisis de datos

Es un componente esencial en la investigación que permite interpretar, validar y comunicar los hallazgos de manera efectiva, contribuyendo así al avance del conocimiento en el campo de estudio. En este caso, se evidenciará los resultados según las dimensiones que se trabajaron en los objetivos específicos, bajo el mapa de variables.

Tabla 6
Resultados de la Dimensión Nro.1

Dimensión: Barreras para implementar practicas éticas.

INDICADOR	ÍTEM	CATEGORIAS										TOTAL PROMEDIO
		S		CS		AV		CN		N		
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
DESCONOCIMIENTO O FALTA DE FORMACIÓN EN ÉTICA	1	10	100	0	0	0	0	0	0	0	0	100%
FALTA DE LIDERAZGO EN ÉTICA	2	1	10	0	0	9	90	0	0	0	0	100%
	3	1	10	4,5	45	4,5	45	0	0	0	0	100%
CULTURA ORGANIZACIONAL	4	9	90	1	10	0	0	0	0	0	0	100%
	5	9	90	1	10	0	0	0	0	0	0	100%

Fuente: Elaboración propia.

Indicadores: Desconocimiento o falta de formación en ética, Falta de liderazgo en ética y Cultura Organizacional.



Figura 1 Datos obtenidos de los indicadores 1,2,3

Nota. Elaboración propia.

De los datos obtenidos referente a la Dimensión, Barreras para implementar prácticas éticas, bajo los indicadores: Desconocimiento o falta de formación en ética, Falta de liderazgo en ética y Cultura Organizacional, las personas encuestadas respondieron en un 100 % que la ética es sustancial para el éxito de la Pymes en el sector Hotelero, a su vez, consideran siempre un 10% y a veces un 90%, en cuanto a que se promueven prácticas éticas de manera efectiva dentro de la organización. Por su parte, un siempre 10%, casi siempre 45% y 45% a veces, se ejecutan las guías claras sobre la importancia de la ética en los negocios.

Esto indica que, a pesar de la conciencia sobre la importancia de la ética, que es fundamental y beneficiosa para nuestra comunidad, hay barreras significativas como la falta de formación en ética y la ausencia de liderazgo, que deberían ser esenciales en cualquier negocio. Por lo tanto, se destaca la necesidad de fortalecer estos aspectos dentro de las organizaciones,

para garantizar que las prácticas éticas no solo se reconozcan como importantes, sino que también se apliquen de manera efectiva.

Tabla 7

Resultados de la Dimensión Nro.2

Dimensión: Factores Internos.

INDICADOR	ÍTEM	CATEGORIAS										TOTAL PROMEDIO
		S		CS		AV		CN		N		
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
LIDERAZGO	6	10	100	0	0	0	0	0	0	0	0	100%
FORMACION Y CONCIENCIA	7	9	90	0	0	0	0	0	0	1	10	100%

Fuente: Elaboración propia.

Indicadores: Liderazgo, Formación y Conciencia.

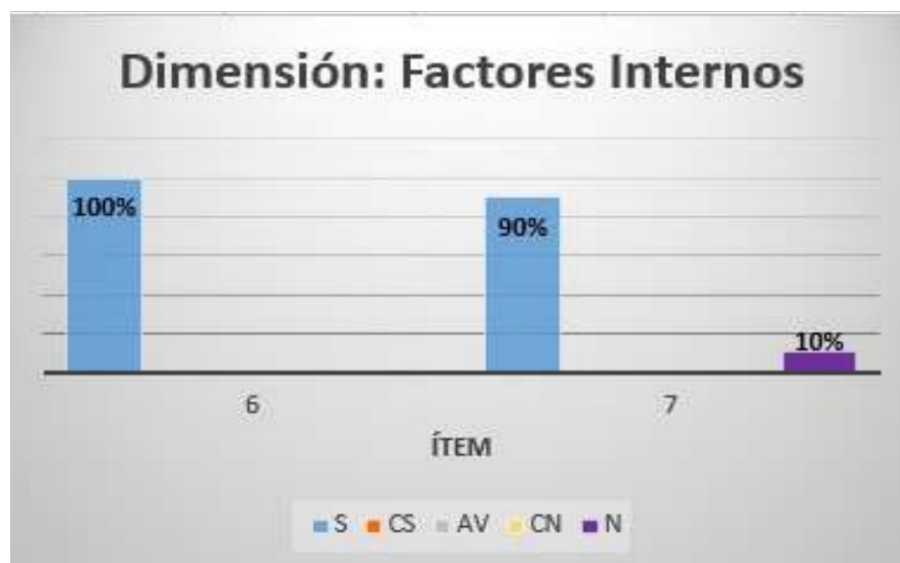


Figura 2 Datos obtenidos de los indicadores 4,5

Nota. Elaboración propia.

Asimismo, dentro de esta Dimensión: Factores Internos, específicamente en el indicador de liderazgo, se puede evidenciar que la respuesta de los encuestados consideran siempre un

100% que los líderes de las empresas promueven prácticas de negocios éticas y responsables dentro de su área de trabajo. Por otro lado, en el ítem número 7, el 90% siempre y el 10% nunca; indicaron que la empresa ofrece oportunidades adecuadas para la formación y promoción continua en temas éticos.

Por consiguiente la unión de un liderazgo que se compromete con la ética y la responsabilidad, junto con la oferta de formación continua, son elementos internos fundamentales que pueden influir de manera significativa en la adopción de prácticas éticas y responsables dentro de la organización. No obstante, es crucial continuar esforzándose para asegurar que todos los empleados tengan acceso a estas oportunidades de capacitación, lo que permitirá fomentar una cultura ética más inclusiva y efectiva.

Tabla 8

Resultados de la Dimensión Nro.3

Dimensión: Factores Externos.

INDICADOR	ÍTEM	CATEGORIAS										TOTAL PROMEDIO
		S		CS		AV		CN		N		
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
REGULACIÓN Y NORMATIVA	8	10	100	0	0	0	0	0	0	0	0	100%
	9	10	100	0	0	0	0	0	0	0	0	100%
CONDUCTA DEL CONSUMIDOR	10	9	90	1	10	0	0	0	0	0	0	100%
	11	10	100	0	0	0	0	0	0	0	0	100%
MERCADO COMPETITIVO	12	10	100	0	0	0	0	0	0	0	0	100%

Fuente: Elaboración propia.

Indicadores: Regulación y Normativa, Conducta del Consumidor y Mercado Competitivo.

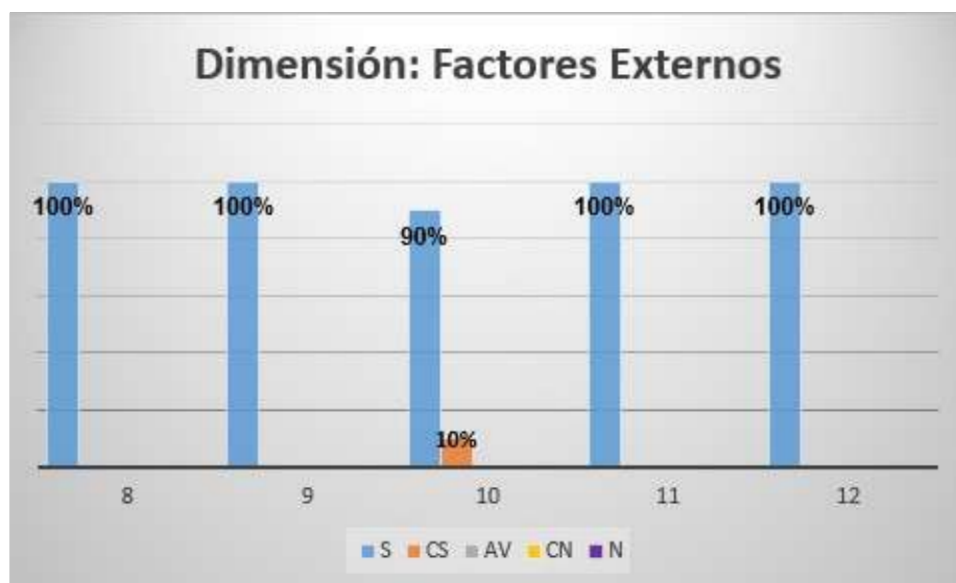


Figura 3 Resultados obtenidos de los indicadores 6,7,8

Nota. Elaboración propia.

Por otro lado, en los resultados obtenidos en la Dimensión: Factores Externos, respecto a los ítems 8 y 9, los encuestados señalaron con un 100% que las regulaciones actuales son suficientes para fomentar prácticas éticas en el sector hotelero y que las normativas vigentes son claras y fáciles de entender para su aplicación en la empresa. En cuanto al ítem 10, un 90% expresó que prefieren alojarse en hoteles que demuestran responsabilidad social y ética, mientras que un 10% lo considera casi siempre. Además, un 100% coincidió en los ítems 11 y 12, afirmando que estar informado sobre las prácticas éticas de un hotel es fundamental para la experiencia del consumidor y que una estrategia responsable de una organización proporciona una ventaja competitiva en el mercado hotelero.

No obstante, los resultados antes descritos indican, que las normativas y regulaciones son vistas como adecuadas y que los consumidores valoran altamente las prácticas de negocios éticas y responsables, lo que sugiere que las empresas del sector hotelero deben continuar enfocándose en estos aspectos para mejorar su competitividad y satisfacción del cliente.

III. FASE DE PRESENTACIÓN

Conclusiones.

Es cierto que el panorama empresarial enfrenta una creciente globalización, pero también es fundamental fomentar una mayor conciencia social. Esto es crucial para que las prácticas de negocios éticas y responsables en las PYMES se conviertan en una opción viable, más allá de su objetivo principal de generar ganancias. Las empresas deben asumir un papel activo en la construcción de una sociedad más sostenible. Por ello, se llevó a cabo una investigación con el fin de proponer estrategias que ofrezcan beneficios futuros a las Pequeñas y Medianas Empresas de Monay, en el municipio Pampán del estado Trujillo.

En este sentido, se presentan las conclusiones de este estudio cuantitativo, cuyo objetivo principal fue conocer los efectos de la falta de estrategias que fomenten la responsabilidad ética en las organizaciones de la comunidad de Monay, en el municipio de Pampán, estado Trujillo. Esto responde a la necesidad de promover conductas de responsabilidad ética entre los trabajadores, utilizando elementos estratégicos que se alineen con un mundo más sostenible y que estén en consonancia con la ética empresarial, así como con los principios morales que guían las decisiones y acciones de una empresa, entre los que se destacan la justicia, el respeto, la honestidad, la integridad y el cuidado del medio ambiente.

En respuesta al primer objetivo específico, ¿de qué manera influyen las políticas y lineamientos éticos en las organizaciones de la comunidad de Monay, municipio Pampán del estado Trujillo, para mejorar su reputación, sostenibilidad y relación con los stakeholders? Se observó que el 100 % considera la ética como un elemento clave para el éxito de las Pymes en el sector hotelero; sin embargo, solo un 10% afirmó que se aplica la ética en su organización, mientras que un 90% coincidió en que a veces se implementan estrategias éticas de manera efectiva. Como resultado, la investigación reveló que existen barreras significativas, como la falta de formación en ética y la carencia de liderazgo.

Así mismo, en respuesta al segundo objetivo específico, que buscó identificar los factores internos y externos que afectan la adopción de prácticas de negocios éticas y responsables en las PYMES de la Parroquia La Paz, Municipio Pampán del Estado Trujillo, los encuestados coinciden en que los líderes fomentan estas prácticas, pero los demás empleados carecen de acceso a formación en este ámbito, lo que impacta negativamente en la implementación de negocios éticos y responsables.

Finalmente, se puede afirmar que las regulaciones actuales son adecuadas para fomentar prácticas éticas en el sector hotelero, ya que un 100 % de los encuestados está de acuerdo con esto. Además, el 90 % de los consumidores prefiere hospedarse en hoteles que demuestran responsabilidad social y ética. Por lo tanto, es crucial analizar las diversas estrategias y

herramientas para gestionar las expectativas y necesidades relacionadas con las prácticas éticas, con el fin de mejorar y optimizar las acciones de las empresas hoteleras en este ámbito y aumentar su competitividad en un mercado global.

Recomendaciones.

En aras de mejorar el capital social, la sostenibilidad e innovación desde la universidad, basadas en los resultados y discusión del estudio realizado se formula las presentes recomendaciones:

Para la universidad:

Ofrecer y fortalecer programas de capacitación especializados, talleres y seminarios sobre temas como ética empresarial, responsabilidad social corporativa, sostenibilidad, cambio climático y gestión ambiental. Desarrollar y mantener un código de ética claro que establezca los valores y principios. Promover prácticas sostenibles en la universidad, como el uso responsable de recursos y la implementación de programas de reciclaje. Además, es importante sensibilizar y capacitar, es decir, ofrecer programas educativos continuos sobre ética y responsabilidad profesional para toda la comunidad universitaria.

Del mismo modo, Implementar plataformas de e-learning para facilitar el acceso de la población a materiales de capacitación, permitiendo que aprendan a su propio ritmo y según sus intereses. Además, los líderes de la universidad deben ser modelos a seguir en la promoción de

una ética responsable. Su comportamiento y decisiones deben reflejar los valores que se quieren inculcar en la comunidad. También es importante organizar actividades y programas de extensión universitaria que beneficien a la comunidad y fomenten el compromiso social de estudiantes y profesores.

Así mismo, Establecer alianzas entre las empresas y los expertos en sostenibilidad de la Universidad para ofrecer asesoramiento y orientación, así como formación en ética. También se pueden ofrecer talleres y cursos sobre ética profesional, responsabilidad social y ética. Es importante crear espacios para el diálogo sobre la ética responsable y realizar evaluaciones periódicas de las prácticas éticas de la universidad, buscando siempre oportunidades para mejorar.

Para la empresa hotelera de Pampán:

Es esencial ofrecer a todos los empleados programas de capacitación especializados en ética y responsabilidad, enfocados en el desarrollo sostenible. Además, es importante implementar prácticas sostenibles, como el uso de productos ecológicos, la reducción de residuos y la conservación de energía. La transparencia es fundamental; los hoteles deben ser claros sobre sus políticas, precios y prácticas, lo que incluye la divulgación de tarifas, cargos adicionales y políticas de cancelación.

No obstante, Crear una cultura organizacional más ética y sostenible e integrarla en la misión y visión de la empresa es fundamental. Asegurarse de que todos los empleados reciban un

salario justo, beneficios adecuados y un ambiente de trabajo seguro y respetuoso es esencial. También es importante garantizar que todos los huéspedes sean tratados con respeto y dignidad, sin importar su origen, género, orientación sexual o cualquier otra característica. Además, se debe educar a los huéspedes sobre la cultura local y las prácticas responsables durante su estancia, promoviendo el respeto por las costumbres y el medio ambiente.

Por último, fomentar un liderazgo que se base en un compromiso genuino con la ética y la sostenibilidad en las acciones diarias, colaborar con negocios locales y respetar la cultura y tradiciones de la comunidad puede contribuir a establecer relaciones positivas y sostenibles. Implementar estas recomendaciones no solo es ético, sino que también puede aumentar la satisfacción del cliente y la lealtad a largo plazo. Es fundamental escuchar y responder a las preocupaciones de manera oportuna y respetuosa.

Planteamiento de Propuesta

PROPUESTA PARA PROMOVER PRÁCTICAS DE NEGOCIOS ÉTICAS Y RESPONSABLES EN LAS EMPRESAS CONTRIBUYENDO A MEJORAR SU REPUTACIÓN EN EL MARCO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE.

Objetivo

Promover prácticas de negocios éticas y responsables en las empresas contribuyendo a mejorar su reputación en el marco del desarrollo sostenible.

Planteamiento

Partiendo de la idea de la Educación Transformadora y del Plan Transformador a largo plazo, conocido como la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que incluye 17 objetivos de desarrollo sostenible, de los cuales al menos seis están relacionados con la protección del medio ambiente y la vida de los seres vivos, se concluye que es urgente que las empresas hoteleras de Pampán, en el Estado Trujillo, adopten prácticas éticas en sus operaciones diarias. Esto es fundamental para contribuir al desarrollo sostenible, respondiendo así al llamado de la ONU, que insta a los actores sociales, académicos y ciudadanos a involucrarse en la meta de alcanzar estos objetivos y asumir la responsabilidad de diseñar planes de desarrollo sostenible en todos los ámbitos sociales.

En definitiva, se fundamentan las estrategias para promover prácticas de negocios éticas y responsables en las empresas. Desde la perspectiva de la Universidad transformadora que tiene la Universidad Valle del Momboy, los estudiantes debemos comprometernos a ir más allá de la simple transmisión de conocimientos y empoderarnos como agentes de cambio en nuestro entorno. Por ello, se presenta un plan basado en la Teoría de Daniel Isenberg sobre los Ecosistemas Emprendedores, quien sostiene que el emprendimiento es un fenómeno sistémico, donde el éxito no solo depende de la calidad de la idea o del equipo, sino también del entorno en el que se desarrolla. Además, la propuesta se apoya en la Teoría de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), que considera a las empresas no solo como generadoras de ganancias económicas, sino como organizaciones con responsabilidades frente a los impactos de sus

actividades en la sociedad y el medio ambiente. Por lo tanto, sus decisiones deben estar orientadas a beneficiar a todos los grupos de interés involucrados.

Tabla 9
Plan de acción

Objetivo General	Acciones	Recursos	Responsables	Duración
Desarrollar estrategias organizacionales para promover prácticas de negocios éticas y responsables en las empresas, que contribuya a mejorar su reputación, sostenibilidad y relación con los stakeholders.	Jornada de promoción de la participación de los estudiantes en el programa de prácticas de negocios éticas y responsables en las empresas, través de la UVM	Material Audiovisual Computador Video beam	Investigadoras/empresa	Semestral
	Aplicación de grupos focales para la discusión sobre prácticas de negocios éticas y responsables en las empresas,, como medio de vinculación de los actores sociales con las investigadoras.	Mesas Papel Cámara Computador Material de investigación.	Empresas hoteleras	Semestral
	Talleres formativos sobre prácticas de negocios éticas y responsables en las empresas, orientadas a la mejora en la reputación, sostenibilidad y relación con los stakeholders.	Pizarra Marcadores Láminas de papel bond	Empresas /investigadoras	Semestral
	Crear grupos de trabajo multidisciplinarios entre las empresas e investigadoras para discutir temas relacionados con la ética y la sostenibilidad.	Celular Intenet Papel Lápiz Computadora	Autoridades empresariales e investigadoras	Semestral
	Realizar encuestas periódicas digitales para	Computador Internet	Empresas/Investigadoras	Semestral

	conocer la opinión de los empleados sobre las iniciativas de prácticas de negocios éticas y responsables y recopilar sugerencias para mejorar.	Teléfono Celulares		
	Organizar eventos y actividades que promuevan la conciencia ética ambiental y la participación de los empleados.	Alimentos Espacio Cámara Visitas guiadas	Empresas/Investigadoras	Semestral
	Implementar programas de reconocimiento para destacar a los empleados que demuestran un compromiso excepcional con la ética, responsabilidad y la sostenibilidad.	Cartulina Alimentos Computador Internet Lápiz	Investigadoras, empresas	Semestral
	Establecer alianzas con universidades y centros de investigación para desarrollar proyectos de investigación conjunta y acceder a la actualización de conocimientos especializados.	Celular Computador Internet	Universidad UVM/Empresas	Semestral

REFERENCIAS

Alvarado, J., Muñiz, L., & Tomala, R. (2022). La Planificación Estratégica y su Aporte al Desarrollo Empresarial de las Mipymes en Manabí. *Revista Científica dominio de las Ciencias*, 8(1), 372-383. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383413>

Alvarez, L., Mamani, J., Meza, C., & Purizaca, M. (2020). *Ética en los negocios y su impacto en el desempeño empresarial*, [Trabajo de Grado, UNIVERSIDAD ESAN]. Repositorio Esan. <https://repositorio.esan.edu.pe/server/api/core/bitstreams/950d9057-0e14-4d1e-a01b-601eaf7b168d/content>

Aular, M. (2022). La práctica de la Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela. *Revista Crítica Transdisciplinar*, 5(1), 54-65. <https://petroglifosrevistacritica.org.ve/revista/la-practica-de-la-responsabilidad-social-empresarial-en-venezuela/>

Azuero, R., García, M., & Garibello, D. (2022). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial Dirigidas a los stakeholders en Pymes del Valle del Cauca: literatura vs práctica. *Revista SciELO*, 18(2), 1-23. <https://www.google.com/search?q=banco+bicentenario&oq=&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Conexión Esan, (2021, 14 de septiembre). Gestión de relaciones con stakeholders: ¿cuál es su importancia. *ESAN Graduate School Of Business*.

<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/gestion-de-relaciones-con-stakeholders-cual-es-su-importancia#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20relaciones%20con,de%20comunicaci%C3%B3n%2C%20entre%20otros>

Crespo, M. (2003). Lo Ético de la ética empresarial. *Revista Venezolana de Gerencia*, 8(22), 307-322. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29002207>

Davis, K., Newstrom, J. & Palavicine, J.(1991). *El Comportamiento Humano en el Trabajo: comportamiento*. México, etc.: McGraw-Hill.

https://indaga.ual.es/permalink/34CBUA_UAL/17gcl6q/alma991000044429704991

Echeverri, A., Rivadeneira, K. (2021). Micro y pequeñas empresas y las estrategias de responsabilidad social empresarial: una perspectiva desde el desarrollo sostenible. *Revista Universidad de Manizales, Colombia*, 1(37), 101-129.

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/espacioydesarrollo/article/view/24974>

Etkin, R. (1993). *La Doble Moral de las Organizaciones*. Editorial Mc Graw Hill Interamericana de España, S.A.

<https://padron.entretemas.com.ve/documentos/Etkin-LaDobleMoralDeLasOrganizaciones.pdf>

Fraguas, A. (2023, 24 de octubre). La importancia de la Ética Empresarial y el Cumplimiento Normativo. *Belzuz Abogados*. <https://www.belzuz.net/es/publicaciones/en-espanol/item/11901-la-importancia-de-la-etica-empresarial-y-el-cumplimiento-normativo.html>

Hinojosa, R. (2023, 20 de enero). Diseño de instrumentos de investigación. *Periódico Digital UNAHALDIA*. [https://www.aldia.unah.edu.pe/disenodeinstrumentosdeinvestigacion/#:~:text=Por Rene%20Antonio%20Hinojosa%20Benavides&text=El%20dise%C3%B1o%20de%20instrumentos%20de,Validez.](https://www.aldia.unah.edu.pe/disenodeinstrumentosdeinvestigacion/#:~:text=Por%20Rene%20Antonio%20Hinojosa%20Benavides&text=El%20dise%C3%B1o%20de%20instrumentos%20de,Validez.)

López, J., Tercero, S., & Inguillay, L. (2020). Ética en la investigación científica. *Revista Imaginario Social*, 3(1), 42-51.
[https://www.revistaimaginario-social.com/index.php/es/article/view/10/html#:~:text=Seg%C3%B1a%20el%20autor%20\(Barroso%2C%202020,el%20prop%C3%B3sito%20de%20llegar%20al](https://www.revistaimaginario-social.com/index.php/es/article/view/10/html#:~:text=Seg%C3%B1a%20el%20autor%20(Barroso%2C%202020,el%20prop%C3%B3sito%20de%20llegar%20al)

López, P., Quiñonez, B., Salgado, P., & Vernaza, N. (2023). Las barreras que enfrentan las PYMES en La Concordia y cómo superarlas. *Polo del conocimiento*, 8(4), 978-990.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9152201>

Muguira, A. (2018, 17 de octubre). Diseño de investigación: Elementos y características. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/disenodeinvestigacion/>

Narvaez, M. (2023, 01 de diciembre). ¿Qué es la validez y confiabilidad en la investigación?. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-validez-y-confiabilidad-en-la-investigacion/>

Ortega, C. (2020, 15 de agosto). ¿Qué es un cuestionario? *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-un-cuestionario/>

Paz, A., Costra, A., & Pinto, E. (2021). Responsabilidad ética: estrategia en la humanización de las universidades. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 21(1), 186-196. <https://ojs.unipamplona.edu.co/index.php/face/article/view/1035>

Ramírez, T., Ramírez, Z. (2019). Ética Ambiental: Estudio exploratorio de la percepción estudiantil Universitaria. *Revista Scientific*, 4(13), 2021-238.
<https://www.redalyc.org/journal/5636/563659492012/html/>

Ruiz, C., Silva, V., Vanga, A. (2008). Ética empresarial y el desempeño laboral en Organizaciones de Alta Tecnología (OAT). *Revista Venezolana de Gerencia*, 13(43), 417-441.
http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842008000300006

Ruiz, V., Ramos, C. (2020). CULTURA DE LA PYMES, CONSUMO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS [Trabajo de Grado, UNIVERSIDAD ICESI] Repositorio Biblioteca Digital Icesi. https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/87560/1/TG03036.pdf

Sánchez, A. (2021, 12 de mayo) ¿Sabes en qué consiste la estrategia organizacional? *DEUSTO FORMACION*. <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/sabes-que-consiste-estrategiaorganizacional#:~:text=La%20estrategia%20organizacional%20de%20una,se%20pone%20a%20largo%20plazo.>

Santander Universidades, (2022, 09 de marzo). Qué es la sostenibilidad: definición, tipos y ejemplos Qué es la sostenibilidad: definición, tipos y ejemplos. *Blog de Santander Open Academy*. <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/que-es-la-sostenibilidad.html>

Stephen, R., Timothy, A. (2009). *Comportamiento organizacional*. Decimotercera edición PEARSON EDUCACIÓN, México, 2009.

https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15550/mod_resource/content/0/ROBBINS%20comportamiento-organizacional-13a-ed-nodrm.pdf

Velázquez, A. (2019, 03 de septiembre). ¿Cuál es la diferencia entre población y muestra?.

QuestuionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/diferencia-entre-poblacion-y-muestra/>

Yance, H. (2020). *Estrategias de Responsabilidad social empresarial en las pymes de la ciudad de Guayaquil*, [Tesis de Maestría, Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil].

Repositorio Dspace.

<http://204.199.82.243:8080/bitstream/handle/123456789/1208/Estrategias%20de%20responsabilidad%20social%20empresarial%20en%20las%20pymes%20de%20la%20ciudad%20de%20Guayaquil.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

ANEXOS
UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
GERENCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CONTADURIA PÚBLICA



ESTRATEGIAS PARA PROMOVER PRACTICA DE NEGOCIOS,
ETICAS Y RESPONSABLES

Presentado por:

BR. Kary Araujo

BR. Javianny Calderón

TUTORA:

LCDA. ZAIDA KASSAR

TRUJILLO, VENEZUELA

2024

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
GERENCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CONTADURIA PÚBLICA



CUESTIONARIO

INSTRUCCIONES

Este instrumento tiene como objetivo Analizar las estrategias de prácticas de negocios éticas y responsables del Sector Hotelero en las Pymes de la Comunidad de Monay.

Lea cuidadosamente las preguntas que se presentan. Cada una de ellas ofrece cinco alternativas de respuesta a saber:

S = Siempre

CS = Casi Siempre.

AV = A Veces

CN = Casi Nunca

N = Nunca

Para señalar su respuesta, marque con una “X” en el lugar que corresponda según su elección. Es importante que responda a todos los ítems con la plena sinceridad y objetividad pues lo que aquí se indique es sólo con fines académicos. **Gracias por su colaboración**

ITEMS	S	CS	AV	CN	N
Dimensión: Barreras para implementar practicas éticas.					
Indicador: Desconocimiento o falta de formación en ética.					
1. ¿Crees que la Ética es fundamental para el Éxito de la Pymes en el sector Hotelero?					
Indicador: Falta de liderazgo en ética.					
2. ¿Consideras que los líderes en tu organización promueven prácticas éticas de manera efectiva?					
3. ¿Sientes que la dirección de tu empresa proporciona una guía clara sobre la importancia de la ética en los negocios?					
Indicador: Cultura Organizacional					
4. ¿Crees que la dirección de tu empresa fomenta una cultura de responsabilidad social?					
5. ¿Piensas que la cultura organizacional de tu empresa apoya la formación continua en ética y responsabilidad social?					
Dimensión: Factores Internos					
Indicador: Liderazgo					
6. ¿Consideras que los líderes de tu organización promueven activamente prácticas éticas en el trabajo?					
Indicador: Formación y Conciencia.					
7. ¿Crees que la empresa ofrece oportunidades adecuadas para la formación continua en temas éticos?					
Dimensión: Factores Externos					
Indicador: Regulación y Normativa.					
8. ¿Consideras que las regulaciones actuales son suficientes para promover prácticas éticas en el sector hotelero?					
9. ¿Consideras que las normativas actuales son claras y fáciles de entender para la aplicación de la empresa?					

Indicador: Conducta del Consumidor. 10. ¿Sientes que prefieres alojarte en hoteles que demuestran responsabilidad social y ética? 11. ¿Piensas que estar informado sobre las prácticas éticas de un hotel es importante para tu experiencia como consumidor?					
Indicador: Mercado Competitivo. 12. ¿Consideras que las prácticas éticas de tu empresa le dan una ventaja competitiva en el mercado hotelero?					

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES.
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CONTADURÍA PÚBLICA



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Karelis Paredes, titular de la C.I V 13.461.549, experto en Contenido por medio de la presenta hago constar que he analizado el instrumento elaborado por: Kary Araujo, titular de la C.I V 29.994.635 estudiante de Administración de Empresas, y Javianny Calderón, titular de la C.I V 29.638.615 estudiante de Contaduría Pública con la finalidad de que sea utilizado en la elaboración del Trabajo Especial de Grado titulado: Estrategias para promover Practicas de negocios, éticas y responsables en las PYMES del sector Hotelero de la comunidad de Monay.

En consecuencia, manifiesto que el instrumento es válido en contenido y puede ser aplicado como instrumento de recolección de datos para la referida investigación.

Profe. Karelis Paredes.

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY****VICERRECTORADO ACADEMICO****FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES.****ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CONTADURÍA PÚBLICA****CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Gilberto Rojas, titular de la C.I V 19.285.228, experto en Contenido por medio de la presenta hago constar que he analizado el instrumento elaborado por: Kary Araujo, titular de la C.I V 29.994.635 estudiante de Administración de Empresas, y Javianny Calderón, titular de la C.I V 29.638.615 estudiante de Contaduría Pública con la finalidad de que sea utilizado en la elaboración del Trabajo Especial de Grado titulado: Estrategias para promover Practicas de negocios, éticas y responsables en las PYMES del sector Hotelero de la comunidad de Monay.

En consecuencia, manifiesto que el instrumento es válido en contenido y puede ser aplicado como instrumento de recolección de datos para la referida investigación.

Profe. Gilberto Rojas

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES.
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CONTADURÍA PÚBLICA



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Lisbett Cabrera, titular de la C.I V 13.461.549, experto en Contenido por medio de la presenta hago constar que he analizado el instrumento elaborado por: Kary Araujo, titular de la C.I V 29.994.635 estudiante de Administración de Empresas, y Javianny Calderón, titular de la C.I V 29.638.615 estudiante de Contaduría Pública con la finalidad de que sea utilizado en la elaboración del Trabajo Especial de Grado titulado: Estrategias para promover Practicas de negocios, éticas y responsables en las PYMES del sector Hotelero de la comunidad de Monay.

En consecuencia, manifiesto que el instrumento es válido en contenido y puede ser aplicado como instrumento de recolección de datos para la referida investigación.

Profe. Lisbett Cabrera

