

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS**



**“PROPUESTA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA
PARA LA CORRECTA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN UNA EMPRESA
PRIVADA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE ALIMENTOS DEL
MUNICIPIO DE GUATEMALA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA”**



LICENCIADA

MELODY ALEJANDRA AVENDAÑO MEDINA

GUATEMALA, OCTUBRE 2022

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS**



**“PROPUESTA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA
PARA LA CORRECTA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN UNA EMPRESA
PRIVADA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE ALIMENTOS DEL
MUNICIPIO DE GUATEMALA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA”**

Informe final de Trabajo Profesional de Graduación para la obtención del Grado Académico de Maestro en Artes, con base en el Instructivo para Elaborar el Trabajo Profesional de Graduación, aprobado por la Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, el 16 de octubre de 2015, según numeral 7.8 Punto SÉPTIMO, del Acta No. 26-2015 y ratificado por el Consejo Directivo del Sistema de Estudios de Postgrado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según Punto 4.2, subincisos, 4.2.1 y 4.2.2 del Acta 14-2018 de fecha 14 de agosto de 2018.

DOCENTE: Msc. NOEMI CLARIVEL CARRILLO REYES

AUTOR: MELODY ALEJANDRA AVENDAÑO MEDINA

GUATEMALA, OCTUBRE 2022

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

HONORABLE JUNTA DIRECTIVA

Decano: Lic. Luis Antonio Suárez Roldan
Secretario: Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal I: Dr. Byron Giovanni Mejía Victorio
Vocal II: Msc. Haydee Grajeda Medrano
Vocal III: Vacante
Vocal IV: P.A.E. Olga Daniela Letona Escobar
Vocal V: P.C. Henry Omar López Ramírez

**TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL DE
GRADUACIÓN**


Coordinador: Dr. Julio De León Vizcaíno
Evaluador: Msc. Brenda Jaqueline Caal
Evaluador: Msc. Lisbeth Morales

**ACTA No. EEP.OF.RRHH-C-032-JPFS-2022**


De acuerdo al estado de emergencia nacional decretado por el Gobierno de la República de Guatemala y a las resoluciones del Consejo Superior Universitario, que obligaron a la suspensión de actividades académicas y administrativas presenciales en el campus central de la Universidad, ante tal situación la Escuela de Estudios de Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, debió incorporar tecnología virtual para atender la demanda de necesidades del sector estudiantil, en esta oportunidad nos reunimos de forma virtual los infrascritos miembros de la terna evaluadora, el 22 de Octubre de 2022, a las 16:30 - 17:00 horas para evaluar la presentación del informe del **TRABAJO PROFESIONAL DE GRADUACIÓN II** de la Licda. **Melody Alejandra Avendaño Medina**, carné No 201408989, estudiante de la Maestría Administración Recursos Humanos de la Escuela de Estudios de Postgrado, como requisito para optar al grado de Maestro en Artes. El examen se realizó de acuerdo con el Instructivo para Elaborar el Trabajo Profesional de Graduación para optar al grado académico de Maestro en Artes, aprobado por la Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, el 15 de octubre de 2015, según numeral 7.8 Punto SÉPTIMO del Acta No. 26-2015 y ratificado por el Consejo Directivo del Sistema de Estudios de Postgrado -SEP- de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según Punto 4.2, subincisos 4.2.1 y 4.2.2 del Acta 14-2018 de fecha 14 de agosto de 2018.

Cada examinador evaluó de manera oral los elementos técnico-formales y de contenido científico profesional del informe final presentado por el sustentante, denominado: **"PROPUESTA DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA CORRECTA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN UNA EMPRESA PRIVADA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y VENTA DE ALIMENTOS DEL MUNICIPIO DE GUATEMALA, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA"**, dejando constancia de lo actuado en las hojas de factores de evaluación proporcionadas por la Escuela. La presentación del Trabajo Profesional de Graduación fue calificada con una nota promedio de **23/30 puntos**, obtenida de las calificaciones asignadas por cada integrante de la Terna Evaluadora. La Terna Evaluadora hace las siguientes recomendaciones: que el sustentante incorpore las enmiendas sugeridas por la Terna Evaluadora dentro de los 5 días hábiles.

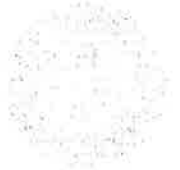
En fe de lo cual firmamos la presente acta en la Ciudad de Guatemala, a los 22 días del mes de Octubre del año dos mil veintidós.


Dr. Julio De León Vizcaino
Coordinador


Msc. Brenda Caal
Evaluador


Msc. Lisbeth Morales
Evaluador


Licda. Melody Alejandra Avendaño Medina
Postulante



ADDENDUM

El Docente del Curso Trabajo Profesional de Graduación II Certifica, que el o la **Licda. Melody Alejandra Avendaño Medina**, Carné 201408989 incorporó los cambios y enmiendas sugeridas por cada miembro de la Terna Evaluadora dentro del plazo estipulado y obtuvo la calificación siguiente:

Punteo	
Zona:	63
Presentación Trabajo Profesional de Graduación II:	23
Nota final:	86

APROBADO

Guatemala 27 de Octubre de 2022.

(F) _____

MSc. Msc. Noemi Canillo
Docente del Curso Trabajo Profesional de Graduación II

DECLARACIÓN JURADADA DE ORIGINALIDAD

YO: **Melody Alejandra Avendaño Medina** con número de carné: **201408989**.

Declaro que como autor, soy el único responsable de la originalidad, validez científica de las doctrinas y opiniones expresadas en el presente Trabajo Profesional de Graduación, de acuerdo al artículo 17 del Instructivo para Elaborar el Trabajo Profesional de Graduación para Optar al Grado Académico de Maestro en Artes.

Autor: _____

A handwritten signature in blue ink, written over a horizontal line. The signature is stylized and appears to be 'Melody Avendaño Medina'.

AGRADECIMIENTOS

- A Dios: por la vida, la salud y la oportunidad que me brindó de culminar mi carrera, por el conocimiento y sabiduría, porque de él vienen.
- A mi madre: por su amor, apoyo, animo incondicional.
- A mi hermano: por estar para mí cuando más lo necesitaba.
- A toda mi familia: quienes han sido un soporte en mi vida, brindándome su apoyo y sus consejos.
- A mis amigos: quienes han estado conmigo en este proceso, brindándome su apoyo y palabras de aliento.
- A la organización: por abrirme las puertas y brindarme la oportunidad de realizar mi trabajo profesional de graduación.
- A mi asesor: quien ha sido una pieza fundamental en este trabajo profesional de graduación, que, con su profesionalismo, me encaminó en lograr una meta más
- A: la Universidad de San Carlos de Guatemala, por ser mi casa de estudios, en dónde he podido desarrollar mis estudios de postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas.

INDICE

RESUMEN.....	i
INTRODUCCIÓN.....	ii
1. ANTECEDENTES.....	1
1.1. Antecedentes De Estudio.....	1
1.2. Antecedentes Del Sector.....	6
2.1. La Ética.....	7
2.1.1. Importancia de la Ética.....	8
2.1.2. División de la Ética.....	8
2.1.3. La Ética y la Moral.....	9
2.1.4. La Ética y la Axiología.....	10
2.1.5. La Ética y Deontología.....	10
2.1.6. Ética Empresarial.....	11
2.2. Gestión del Talento Humano.....	12
2.2.1. La Ética en la Gestión del Talento.....	13
2.2.2. Responsabilidad Social Empresarial, Cultura y Clima Laboral.....	14
2.2.3. Liderazgo Ético.....	15
2.2.4. Código de Ética.....	16
2.2.5. Comité de Ética.....	18
2.2.6. Comunicación Interna.....	19
2.2.7. Resultados de la Ética en la Gestión del Talento Humano.....	21
3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
3.1. Definición del Problema.....	20
3.2. Planteamiento del Problema.....	20
3.2.1 <i>Ámbitos de la investigación</i>	21
3.3. Objetivos.....	21
3.3.1. <i>General</i>	21
3.3.2. <i>Específicos</i>	21
3.4. Método de Investigación.....	22
3.5. Alcance de la Investigación.....	22
3.6. Técnicas de Recolección de Información.....	22
3.7. Instrumentos de Recolección de Información.....	23
3.7.1. Guía de entrevista estructurada.....	23

3.7.2. Cuestionario	23
3.8. Población.....	24
3.9. Muestra.....	24
3.10. Estadística	25
4. DISCUSION DE RESULTADOS	26
4.1. Medios de difusión	26
4.2. Cumplimiento del Código de Ética	31
4.3. Plan de comunicación.....	35
4.4. Normas y Valores	40
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
5.1. Conclusiones	42
5.2. Recomendaciones	43
6. REFERENCIAS.....	44
ANEXOS.....	47

RESUMEN

Contar con un código de ética dentro de las organizaciones es importante, porque permite regular el comportamiento de los colaboradores, a través de normas específicas plasmadas en un documento atractivo y de fácil entendimiento, pero también es necesario que todos los empleados se enteren de su existencia, a través del seguimiento de su comunicación.

Derivado de lo anterior se realizó el siguiente estudio, a través del método de investigación científica, cuyo objetivo general es evaluar cuál es el plan de comunicación del código de ética que rige las actividades de los colaboradores en una empresa dedicada a la producción y venta de alimentos. El enfoque de dicha investigación es mixto, porque requirió cuantificar el análisis de los resultados y a su vez, realizar un análisis profundo de los mismos, con la finalidad de brindar respuesta al objetivo general de la investigación. En cuanto a su diseño, es no experimental – longitudinal, porque se analizó la variable de estudio en su estado natural y marcó un punto de partida, para que, en distintos periodos de tiempo, se realice la recolección de información con el fin de determinar cómo el conocimiento y la aplicación de las normas del código de ética se perciben.

Dicha información fue recolectada aplicando la técnica de entrevista al Gerente de Talento Humano y la encuesta a una muestra representativa de 37 colaboradores con personal a cargo y 56 trabajadores sin personal a cargo, de una población total de 380 personas. Dentro de los resultados más relevantes, se determinó que la empresa actualmente no cuenta con un plan de comunicación para informar periódicamente a los colaboradores sobre las normas del código de ética, pero si cuenta con medios de comunicación, que permiten transmitir información interna, así mismo, un 42% de colaboradores sin personal a cargo, desconocen que existe un código de ética.

Derivado de lo anterior, se propone un plan de comunicación que cuenta con un sustento teórico, basado en los resultados obtenidos, con la finalidad de que los colaboradores de la organización conozcan y por ende apliquen las normas del código de ética con el objetivo de regular el comportamiento y fomentar la ética en la organización.

INTRODUCCIÓN

La ética es una disciplina que orienta y guía al ser humano a comportarse de una forma adecuada, y lo ayuda a tomar decisiones correctas. En las últimas generaciones, se ha observado que las acciones éticas no son relevantes, porque existen comportamientos inadecuados en donde el único fin es obtener algún beneficio propio. Pero es importante recordar que, siendo padres, hijos, vecinos y/o líderes éticos, se alcanzarán mayores beneficios a lo largo de la vida.

Derivado de lo anterior, hoy en día es importante que las organizaciones cuenten con normas y valores, que permitan regular el comportamiento de los colaboradores en cada una de sus funciones dentro de los puestos de trabajos, es por eso, que en muchas empresas deciden crear un “código de ética”, documento en donde plasman sus políticas y normas. Para que el código de ética sea aplicado, es necesario que todos los trabajadores lo conozcan, es ahí donde surge la necesidad de informar y brindar un seguimiento a la comunicación interna de este documento.

Por lo anterior, para entender más sobre el código de ética y su comunicación, surgió la necesidad de realizar el siguiente trabajo de investigación, el cual fue realizado en una empresa privada dedicada a la producción y venta de alimentos, en donde el objetivo general planteado fue evaluar el plan de comunicación del código de ética que rige las actividades de los colaboradores en una empresa dedicada a la producción y venta de alimentos.

Dicho estudio se compone de cuatro capítulos: en el capítulo uno del siguiente trabajo de investigación se encuentran los antecedentes, para sustentar teóricamente la variable de estudio: la ética, la comunicación interna y la gestión del talento, con la finalidad de comprender más sobre el tema y argumentarlo; así mismo, se presentan los antecedentes del sector, en donde se plasman detalles generales de la organización objeto de estudio.

Por consiguiente, en el capítulo dos se desarrolló el marco teórico, por medio del cual se presentan temas que sustentan teóricamente el estudio, fundamentando dicha investigación con la opinión de otros autores sobre la variable principal y las

relacionadas. En este apartado se explica cómo la ética es una disciplina que ayuda a regular el comportamiento del ser humano y tiene relación con disciplinas que también dirigen y guían a las personas a actuar de mejor manera en cualquier ámbito.

En el capítulo tres se llevó a cabo el desarrollo de la metodología de investigación utilizada, en dónde se definió el problema, el planteamiento del problema: ¿Cuál es el plan de comunicación del código de ética que rige las actividades de los colaboradores en una empresa dedicada a la producción y venta de alimentos?, así mismo, los ámbitos y el alcance de la investigación, el objetivo general, objetivos específicos, las técnicas e instrumentos de recolección de información, la población y el cálculo de la muestra representativa de colaboradores con personal a cargo y sin personal a cargo, determinada a través de un muestreo probabilístico.

En el capítulo cuatro se plasmaron los resultados de la investigación de campo, representados a través de figuras y tablas, en datos porcentuales, así mismo, se realizó un análisis profundo los datos obtenidos, que brindan respuesta al objetivo general y objetivos específicos de la investigación.

Y, por último, se presentaron las conclusiones y recomendaciones de dicha investigación, brindando respuesta al objetivo general y objetivos específicos del estudio, que sirvieron como base para la elaboración de una propuesta atractiva, para la mejora continua en la comunicación del código de ética, la cual se encuentra incluida en los anexos.

1. ANTECEDENTES

En el presente capítulo se visualizarán los antecedentes del estudio realizado y los antecedentes de la organización, con el objetivo de entender mejor la variable que se desarrolló en la investigación documental “la Ética” y la unidad de análisis de investigación “La empresa”.

1.1. Antecedentes De Estudio

Previo a la recolección de datos en la investigación de campo, será necesario conocer el punto de vista de otros estudios de tesis elaborados, relacionados al tema de investigación, enfocados a la gestión del talento humano, a la ética empresarial y comunicación interna, para ampliar sobre el conocimiento de dichas ramas, por lo que a continuación se hacen dichas referencias:

(Castañeda Girón, 2019), en la tesis de maestría titulada “Gestión del talento humano y el desempeño de los equipos de trabajo en el sector empresarial privado”, se hizo un estudio para determinar la correlación que existe entre la gestión del talento humano con el desempeño laboral de los equipos, para ello fue necesario tomar una muestra de tipo aleatoria sistemática, donde de 500 empresas, 103 fueron seleccionadas; a las organizaciones elegidas se les trasladó un cuestionario y por medio de un análisis y una serie de operaciones estadísticas, se determinó que sí existe un alto grado de correlación entre la gestión de talento humano y el desempeño de los equipos de trabajo, para ello se aplicaron las siguientes dimensiones en la primer variable (gestión de talento humano): Reclutamiento de personal, evaluación del personal, capacitación y remuneración, mientras que para la segunda variable (desempeño de trabajo en equipo) se tomaron en cuenta las siguientes dimensiones: desempeño de tarea, desempeño contextual.

(Ghiglione, 2015), en la tesis de maestría “Gestión de RR. HH del personal de planta permanente de la Honorable Cámara de Diputados (Provincia de La Pampa). Desafíos para una adecuada evaluación del desempeño”. Tiene como finalidad desarrollar distintos procesos relacionados a la gestión de recursos humanos en la Administración Pública, dicho estudio analiza que la gestión de recursos humanos tiene correlación con subsistemas como: selección del personal, plan de carrera, capacitación, ausentismo,

sanciones y rotación del personal, cultura organizacional, etc. El problema trata de la dificultad de la correcta gestión de recursos humanos, por lo tanto, se hace énfasis en la importancia que la buena gestión de recursos humanos tiene en un mundo cambiante, en todo sentido. Para dicha investigación se llevó a cabo la aplicación de 3 modelos de análisis: el primer nivel es la descripción del ámbito de referencia del problema estudiado, el segundo nivel fue la realización de un diagnóstico FODA y el tercer nivel a la tabulación de los resultados para proceder con la evaluación de los mismos, para todo se tomó en cuenta la aplicación de los seis subsistemas antes mencionados de los cuales surgen 22 indicadores para ampliación del análisis. De los resultados obtenidos se determinó que el rol de recursos humanos ha cobrado mayor relevancia a través de los años y que en la Cámara de Diputados de la Provincia de la Pampa tienen la necesidad de desarrollar un sistema integral de gestión de recursos humanos, dado que no cuentan con herramientas, objetivos, ni la aplicación de los mismos.

(Rojas Reyes, 2018), en la tesis de maestría titulada “Gestión del talento humano y su relación con el desempeño laboral del personal del puesto de salud Sagrado Corazón de Jesús Lima, enero 2018”, se analiza nuevamente la relación entre la gestión del talento humano y el desempeño laboral de los trabajadores del puesto de salud, la muestra fue de un total de 50 trabajadores, y el instrumento utilizado fue un cuestionario, los resultados de dicho análisis presentan un alto índice de correlación entre la gestión del talento humano y el desempeño laboral, así mismo, como problemas específicos, se planteó la relación de la gestión de talento humano y el trabajo en equipo, además, la relación de la gestión de talento humano y la calidad de trabajo que presentan en el puesto de salud, dicho análisis tiene como finalidad, determinar resultados y con base a ellos implementar estrategias que aporten valor a dicha gestión y como consecuencia de ello, el buen desempeño laboral de los trabajadores.

(Galarza Pérez, 2016), en la tesis de maestría titulada “Análisis de la gestión del talento humano en las pymes medianas del sector manufacturero de Quito y propuesta de un esquema mejorado”. Tesis enfocada a un estudio cualitativo, se analiza la gestión del talento humano, para lo cual se eligieron dos empresas manufactureras, enfocadas a distintas actividades, para obtener la información requerida, verificando cómo estaba

aplicada dicha gestión, para ello fue necesario aplicar la observación, el traslado de cuestionarios y una entrevista con las personas encargadas del recurso humano de cada una de ellas. Se determinó que la gestión del talento humano es de carácter informal, por lo que les falta aplicar distintos procesos de capacitación, evaluación de desempeño, comunicación internet, etc. Con base a los resultados obtenidos, se plantea como recomendación una estructura mejorada según Chiavenato, puesto que se basaron en que la gestión del talento humano en las pequeñas y medianas empresas debe ser flexible, creativa y pragmática.

(Velásquez Ariza & Tarazona Méndez, 2016), en la tesis de maestría titulada “Percepciones y actitudes sobre ética empresarial en los procesos de servicio al cliente, liderados por los egresados graduados durante 2012 y 2013 de la Maestría en Administración de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga.” se realizó una investigación cuantitativa con un alcance exploratorio, con la finalidad de analizar cómo aportan las universidades en la formación ética de las personas y por ende cómo esto genera valor en la gestión humana del país, por lo tanto, se estudió cómo se perciben las actitudes y valores como el respeto, solidaridad, justicia, responsabilidad y honestidad, de algunos estudiantes egresados de la Maestría en Administración de la universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga de los años 2012 y 2013, quienes tienen a su cargo procesos de servicio al cliente en sus empresas. Para la realización de dicha investigación se utilizó como instrumento un cuestionario, que ayudó a recabar información necesaria para el estudio, aplicando las escalas de valor: muy desfavorable, desfavorable, favorable y muy favorable, en cuanto a la gestión del cliente. La corrupción dentro del país (Colombia) fue un impulso para realizar dicha investigación, puesto que ha sido motivo de escándalo a nivel nacional de parte de las personas profesionales. La muestra fue de 12 estudiantes que cumplen con el perfil requerido, el tipo de muestreo fue no probabilístico, obtenido por medio de un censo, a través de llamadas telefónicas; los resultados se analizaron a través del método Alfa de Conbach, como respuesta a la investigación se determinó que los egresados obtuvieron resultados favorables, esto quiere decir, que los clientes si perciben los valores antes mencionados y la práctica de la ética en sus actitudes; de igual manera, como recomendación se indica que en el

porcentaje mínimo no favorable, se debe buscar la mejora continua y así mismo, realizar más estudios sobre la ética y valores, para estar en constante mejora.

(Díaz van Swaay, 2016), en la tesis de doctorado titulada “Fundamentación antropológica de la ética empresarial: un acercamiento desde el pensamiento de Fernando Rielo” se propone un nuevo modelo antropológico y metafísico como base de la ética basado en el pensamiento de Fernando Rielo (1923-2004), como resultado de la necesidad que se presenta en el entorno empresarial, de las situaciones, decisiones y condiciones imperantes sobre el ser humano. Por lo tanto, Rielo basa una interpretación de los conflictos éticos y aporta la solución que se debe aplicar en un entorno de responsabilidad social empresarial. En dicha tesis, se hace un estudio cualitativo, por medio de entrevistas estructuradas, para contar con la percepción de las personas, sobre la aplicación de la ética en sus empresas, y sobre los resultados, se recomienda la aplicación de los abordajes teóricos de Fernando Rielo.

(Rincón Roldan, 2020), en la tesis de doctorado llamada “Valores organizacionales, gestión de recursos humanos y sostenibilidad en empresas de economía social” describe la importancia que los valores organizacionales, la gestión del recurso humano y las relaciones de empleo tienen un desarrollo empresarial sostenible, en un mundo y entorno económico de constantes cambios. Para la investigación respectiva se utilizaron tres modelos, los cuales fueron analizados por medio de la metodología de ecuaciones estructurales Partial Least Squares. Algunos de los resultados obtenidos de dicho estudio, fueron los siguientes: Influencia positiva del RE Mutual Investment y Overinvestment referente a las dimensiones económica y social que conforman la sostenibilidad, esto quiere decir que en el centro de las políticas de la organización se debe colocar a los empleados; así mismo, los resultados empíricos indican que las RE de Quasipot Contract y Underinvestment, se relacionan de forma negativa con las empresas de economía sostenible. Así mismo, se concluyó que en las empresas con RE Mutual investment y Overinvestment se perciben con mayor facilidad los valores de apoyo recibido, respeto y responsabilidad.

(Medina C., 2019), en la tesis de maestría titulada “Comunicación Interna y su repercusión en la motivación laboral de los colaboradores las empresas Punto Médico y Salud Bucal (Centros mixtos de Salud del Grupo Read)” se realizó un estudio para determinar si la comunicación interna permite la satisfacción laboral y el incremento del sentido de pertenencia de los colaboradores hacia la organización, es por eso, que a través de un tipo de investigación descriptiva-correlacionar y explicativa, con diseño no experimental – transaccional, se analizaron las siguientes variables: comunicación interna, motivación laboral, cultura y clima organizacional y su relación entre ellas, utilizando técnicas, para la recolección de información, tales como: la encuesta, observación participante y análisis de documentos internos, permitiendo el análisis de los resultados por medio de figuras con datos porcentuales, así mismo, con los datos obtenidos se realizó una propuesta que lleva a cabo la creación de un departamento responsable de comunicación interna, un manual y un plan de comunicación con el fin de lograr la efectividad de la motivación en todos los colaboradores de la organización.

(Ramos Ulloa, 2016), en la tesis de maestría titulada “La comunicación interna y los conflictos laborales internos de la Agencia de Regulación y Control de Electricidad – ARCONEL” se realizó un estudio que responde al siguiente planteamiento ¿En que medida la comunicación interna contribuye a la resolución y mediación de los conflictos laborales? con el fin de dar respuesta a la siguiente hipótesis: La falta de un plan de comunicación interna afecta a la solución o manejo de conflictos laborales en la Agencia de Regulación y Control de Electricidad; para ello fue necesario llevar a cabo un tipo de investigación deductivo, utilizando las técnicas de recolección de información como las encuestas, entrevistas y observación participante, trasladando los mismos a una muestra, de 141 personas, por medio de quienes se obtuvieron datos representados en porcentajes a través de gráficas, concluyendo que la hipótesis es negativa dado que si manejan el tema de la comunicación y los conflictos de manera aceptable, y que derivado de dicha investigación se propone un plan comunicacional contando con una oportunidad mediante una comunicación directa, formal, oportuna y planificada.

1.2. Antecedentes Del Sector

El estudio propuesta de un plan de comunicación del código de ética para la correcta gestión del Talento Humano en una empresa privada dedicada a la producción y venta de alimentos del Municipio de Guatemala, Departamento de Guatemala se llevará a cabo en una empresa Guatemalteca, que cuenta con una cadena de restaurantes y cinco tiendas de moda en el departamento de Guatemala, ubicados en distintas zonas de la ciudad, siendo su principal actividad económica, la de producción y venta de alimentos. Dicha empresa fue fundada en el año 1953, y actualmente cuenta con 380 colaboradores activos, además posee una estructura sólida, dividida en: Junta Directiva, Gerencia General, la que tiene a su cargo la Gerencia de Negocios, Gerencia de Cultura y Gerencia de Administración y Finanzas, cada gerencia cuenta con personal estratégico que permite que la rentabilidad de la organización sea posible.

El departamento de Recursos Humanos, se encuentra dentro de la Gerencia de Cultura, y es el encargado de crear estrategias alineadas, que se apeguen a los objetivos de la empresa, enfocadas en la Administración de Recursos Humanos. En lo que se refiere a la ética, actualmente, la organización cuenta con un código de ética, elaborado y estructurado por el departamento de Recursos Humanos. lanzado a finales del año 2021, por lo que en dicho estudio se evaluará, si la empresa cuenta con un plan de comunicación y si el mismo ha sido eficaz para su respectivo cumplimiento.

2. MARCO TEORICO

2.1. La Ética

La ética es una disciplina que está compuesta por un conjunto de valores, principios y normas morales, que determinan el accionar del ser humano en cualquier ámbito de la vida. La palabra ética proviene del griego ethos que significa “costumbre”, según (Bretonche Gutierrez, Cortez Fernández, & Narváez Aranibar, 2017), afirman que la ética “es una concepción valorativa de la vida” (P.66), que quiere dar a conocer cuáles deben ser las acciones prioritarias en la convivencia de las personas porque cada día en la sociedad los seres humanos se relacionan entre sí, no importando su cultura, prácticas, lugares y momentos, por lo tanto, están condicionados a vivir acontecimientos fortuitos o premeditados, y es ahí, en tales momentos dónde debe considerar el bienestar social y por lo tanto la ética es una guía para ello.

Tal y como lo afirma el autor, la ética es una concepción valorativa, porque sin valores, sin principios, sin normas, sin reglas aplicados al sistema, la vida entonces no tiene ningún sentido, debido que las relaciones interpersonales se concretan cada día conviviendo con las personas, no obstante, esta es una actividad que en ningún momento se deja de lado, puesto que de alguna manera está presente en la vida de cada uno de los seres humanos, desde pequeños, desde el colegio, en la universidad, en un restaurante, en el trabajo, en cualquier lugar; por lo tanto, mostrar interés por aplicar acciones positivas para el bienestar social es un reflejo de la ética, porque la actitud que se presente o los valores que se compartan directa o indirectamente trascenderán a las personas del entorno en que se vive, de forma positiva o negativa.

La ética está influenciada por la cultura de cada lugar, es decir, lo que está bien y mal en Noruega, no necesariamente está bien o mal en Rusia, (Benito Vellisca, 2021) afirma que “los valores éticos están influidos por los valores culturales de una sociedad” (p. 9). Este es un concepto fundamental, porque para lo que a alguien representa algo aberrante, hablando de una persona situada en un lugar “x”, es normal y cabe dentro de la ética para otra persona perteneciente a una distinta cultura, situado en un lugar “y”.

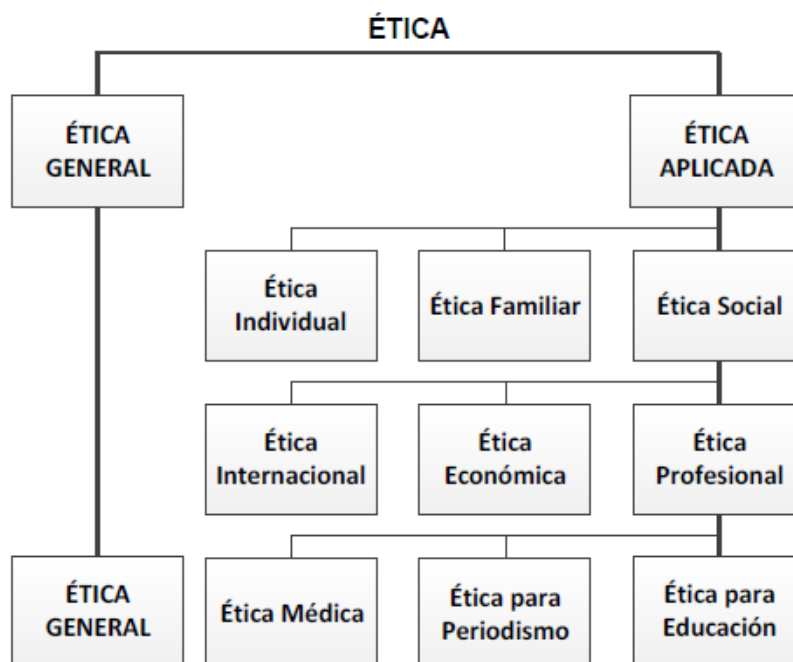
2.1.1. Importancia de la Ética

La aplicación de la ética es importante porque es un factor crucial que influye directamente en cada acción de la vida del ser humano como anteriormente se explicaba, debido que a partir de ella se separarán las acciones buenas o malas que se ejecutarán a lo largo de la vida. Por medio de la ética se obtendrán resultados positivos en el mundo donde se vive, al ponerla en medio de una situación, en la vida cotidiana o al resolver cualquier conflicto, entre otras circunstancias, puesto que guiará al ser humano a actuar de una manera correcta y adecuada, bajo normas y principios.

La ética es el punto de partida para conocer qué es lo que está bien y está mal, pero más allá de eso, es un saber, de cómo proceder en las acciones que se estarán ejecutando, además, la aplicación de ella debe ser un modo de vida, porque muchas personas llegan a conocer que existen buenas y malas prácticas, pero saberlas no lo es todo, se trata de vivir y hacer de ellas un estilo de vida, arraigar a todo lo que se realiza. Tal y como lo indica (Maldonado, 2017) “la ética abarata costos” (P.36), porque él dice que, si se contara con personas con ética, la vida sería más barata, y no solamente en términos monetarios, sino en la disminución de conflictos, homicidios, violencia, vidas dañadas, sufrimiento, etc. Entonces si se disminuyen ciertas cosas, la vida se viviría con más confianza y esto es una gran verdad, porque existen pérdidas grandes con la falta de ética, tanto en el enfoque económico, como moral, porque la ética añade valores, empatía, y hace que una persona tome el lugar de otra al momento de actuar.

2.1.2. División de la Ética

La ética en general como se describe anteriormente, está dirigida concretamente hacia las buenas acciones y busca la rectitud del ser humano, se enfoca en el bien y en el mal que el ser humano puede ejercer, pero esta disciplina cuenta con otra subdivisión, llamada “ética aplicada”, se observará en la imagen a continuación un ejemplo claro de la división de la ética en distintos ámbitos:

Figura 1*División de la Ética*

Nota: la figura anterior muestra la división de la ética. Tomado de *Ética Empresarial y Profesional* por Maldonado (2017).

2.1.3. La Ética y la Moral

Además de la ética, también se escucha constantemente el concepto “moral” y es que ambas tienen una estrecha relación, según Miguel Giusti: la Moral tiene una traducción que proviene del latín “moris, mos, mores” el cual también proviene del griego “ethos” que significa “costumbre”.

Tanto la ética y la moral se basan en un adecuado comportamiento del ser humano, la aplicación de valores y principios para traer consigo buenas obras y prácticas y el bienestar del ser humano, por eso se dice que ambas están relacionadas entre sí. Por lo tanto, según (Vieira Cervera, 2015), la moral es “el conjunto de normas que establece

una sociedad en una época determinada para orientar la conducta de sus miembros y asegurar la convivencia social” (P.19).

La mínima diferencia de la ética y la moral, es que la ética está regulada por normas, principios, valores que parte de la voluntad del ser humano y la moral es un conjunto de valores que proviene desde generaciones pasadas, inculcadas, que conllevan al ser humano a actuar de la mejor manera posible para su correcta relación con las personas.

2.1.4. La Ética y la Axiología

Existen otras disciplinas que están ligadas a la ética, que son importantes conocer, una de ellas es la Axiología esta “es la ciencia o teoría de los valores, este término proviene del griego Axio que significa merecedor, digno, valioso” (Ábrego Cruz, 2021, pág. 48). Los valores son un pilar fundamental en la vida del ser humano, la lealtad, el respeto, para el buen funcionamiento de las relaciones interpersonales, que generaran el crecimiento personal y profesional en cualquier ámbito.

2.1.5. La Ética y Deontología

Así mismo, la Deontología, es una rama de la ética, que se encarga de los principios que deben aplicarse en el ejercicio de una profesión, los valores y normas que rigen distintas actividades, tal y como lo indica (Gómez Martín, 2020) “el objeto de estudio son los fundamentos del deber y las normas morales; de ahí que algunos le denominan la teoría del deber. El deontologismo constituye una teoría ética que se ocupa de regular los deberes, traduciéndolos en preceptos, normas morales y reglas de conducta dejando de fuera su ámbito específico de estudio otros aspectos de la moral” (p. 20).

La ética y la deontología, no significan lo mismo, pero si están estrechamente relacionadas, puesto que la ética se refiere a la actitud individual de una persona, mientras que la deontología hace énfasis en el actuar colectivo, y son normas que se deben cumplir, porque ya no está en el querer sino en deber.

Conociendo estos conceptos, se llega a la conclusión que tanto la ética, la moral, la deontología, la axiología, estudian las buenas costumbres, hábitos, valores que un ser humano debe desempeñar a lo largo de su vida, en cualquier área. A continuación, se abarcará este tema en un ámbito empresarial:

2.1.6. *Ética Empresarial*

El tipo de ética que tiene injerencia en el ámbito empresarial es la ética aplicada, puesto que según (Vieira Cervera, 2015) indica que “La ética en los negocios es una ética aplicada, que está centrada en aspectos concretos y prácticos más allá de la reflexión o el conocimiento teórico”. (P.33). Esto quiere decir que un tipo de ética que se enfoca en determinar y guiar los roles que la empresa debe cumplir con sus trabajadores, proveedores, clientes, etc.

Por eso se deben regular dichas normas, para guiar a todo el personal a ser parte de la vivencia de los principios de la organización. La ética empresarial, tendrá que enfocarse desde dos puntos de vista: “interno” y “externo”, el primero, porque se aplicara la creación de las políticas, normas, principios que regularán el comportamiento de cada uno de los colaboradores y los implantarán dentro de la cultura de la organización; y externo, porque la empresa tiene la responsabilidad social con la sociedad y así mismo con sus proveedores, acreedores, entre otros, quienes tendrán que ejecutar acciones éticas para el bienestar de las relaciones interpersonales y la sociedad en general.

- **Una Empresa sin Ética**

Cuando una organización no involucra la ética en sus operaciones, obtiene como resultado consecuencias negativas, como la quiebra, porque es como un barco sin capitán o un carpintero sin sus herramientas. Tal como las analogías expresadas, así es la carencia de ética, pero es importante mencionar que las buenas prácticas, inician desde el nivel estratégico para la influencia hacia los demás niveles.

Un ejemplo claro de las consecuencias de no contar con ética es el caso de la empresa Enron, una empresa conceptualizada como innovadora, dedicada al transporte de energía, internet, gas natural y mercados financieros, fue una de las mejores empresas y más grandes de Estados Unidos, tenía un alto prestigio; pero a pesar de su éxito en el año 2000, atravesaron situaciones financieras complicadas, esto conllevó a que tomaran una decisión terrible, escondiendo deudas bajo actos contables no adecuados, contando con la ayuda de una firma de auditoría llamada Arthur Andersen, pero a pesar de las malas prácticas para cubrir los verdaderos resultados, lo negativo fue inevitable, en diciembre de 2001 se declararon en quiebra y los actos contables inadecuados salieron a la luz en el proceso, las maniobras utilizadas para engañar a los accionistas, trabajadores, socios, el gobierno etc. Como consecuencia de las malas prácticas y ausencia de valores, este fue el terrible y lamentable resultado, además de que 28 directivos fueron a prisión y la pérdida de millones de dólares en medio del caos. En este caso se observa que la falta de valores, de ética, conllevó a tomar malas decisiones de parte de los directivos, lo que ocasionó resultados tristes y duros para la compañía afectando a terceras personas en el proceso, así mismo, llevando consigo el cierre de la operación de la organización, además de afectar el desarrollo del país.

2.2. Gestión del Talento Humano

Una definición de gestión del talento humano describe (Galarza Pérez, 2016) cita a Dessler y Valera (2011) “la Administración de Recursos Humanos ARH se refiere a las prácticas y a las políticas necesarias para manejar los asuntos que tienen que ver con las relaciones personales de la función gerencial (reclutar, seleccionar, capacitar, evaluar, remunerar, y ofrecer un ambiente seguro, con un código de ética y trato justo para los empleados de la organización)” (P.6). La gestión del talento directamente tiene que ver con las personas, de cómo velar su proceder dentro de la organización y cómo hace para que cada una de ellas se fidelicen con la cultura, cumplan las reglas, normas y políticas, además de elegir al personal adecuado para ocupar cada una de las vacantes y plazas que requieren una nueva persona, así mismo, el talento debe ser capacitado y debe desarrollarse para explotar su máximo potencial y aportar en el alcance de los objetivos organizacionales.

2.2.1. La Ética en la Gestión del Talento

Los seres humanos deben ser guiados y alineados en cuanto a normas, reglas, políticas, que permitan el buen desempeño de las actividades en cada ámbito y dentro de la organización, esa es la función que el departamento o gerencia de recursos humanos. En muchas organizaciones recursos humanos es operativo y únicamente se basa en contratar, despedir, realizar la nómina, pero la gestión es más allá de todo eso, la estrategia de la gestión de talento humano debe ser dirigir, fidelizar al personal por medio de políticas, normas, valores para el cumplimiento de los objetivos organizacionales, y ahí está el reto, se debe analizar cómo lograr que los valores hagan rema en la vida profesional de las personas, para estar alineados con la organización.

Según (Pérez Mesa, 2021) la dirección de recursos humanos en conjunto con los propietarios y la dirección general, deben tener el establecimiento de una empresa ética basada en:

- Una cultura corporativa sólida construida con valores colectivos
- El talento humano como capital principal de la empresa
- La calidad como aspiración fundamental
- La combinación de la búsqueda de bienes tangibles (materiales) e intangibles (armonía, cooperación, ausencia de conflictos, cordialidad).
- Preocupación por los clientes, trabajadores, proveedores y los competidores, en el marco de sus actuaciones, y no solo por los accionistas
- Asumir la responsabilidad social por las acciones de la empresa
- Predominio de un contrato moral de la empresa con sus integrantes, más allá del contrato legal.

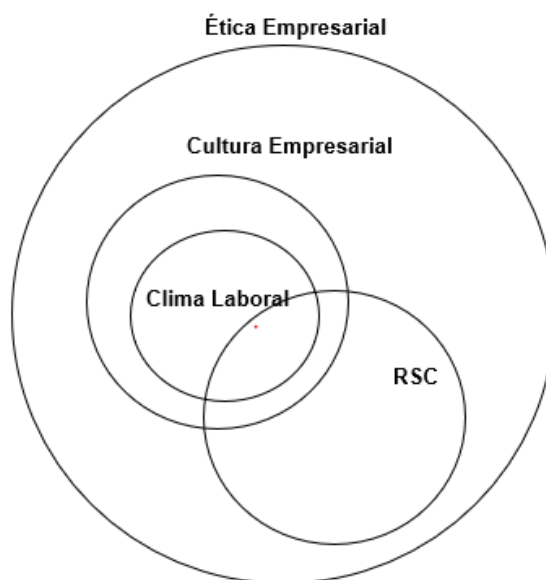
Recursos humanos juega un papel importante en este tema, dado que son los encargados de crear estrategias para mantener la cultura organizacional alineada a la estrategia principal de la organización, con la creación de normas que regulen el comportamiento de los colaboradores y los dirijan al fin esperado.

2.2.2. Responsabilidad Social Empresarial, Cultura y Clima Laboral

La ejecución de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de parte de una organización, muestra cómo la ética es parte de su cultura, porque trata de preocuparse por la sociedad y el impacto que la empresa tendrá sobre ella, también en el medio ambiente y la economía. La responsabilidad Social Empresarial, tal y como (Gómez Martín, 2020) menciona a Idowu, Capaldi, Fifka, Zu y Schmidpeter, (2015) indica que “La RSE se preocupa por mantener el equilibrio entre las metas económicas y sociales, y entre las metas individuales y comunitarias. También señala que el objetivo del gobierno corporativo es poner en orden lo más posible los intereses de los individuos, las corporaciones y la sociedad” (P.48), Por tal razón, las empresas que muestran una responsabilidad social empresarial, muestran interés por los demás, el bienestar social, y por lo tanto lo hacen por medio de estrategias que los llevarán a los fines esperados.

Figura 2

Relación de la ética con la cultura, el clima y la RSC



Nota: la figura anterior muestra cómo la ética se relaciona con la cultura organizacional, el clima laboral y la Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa. Tomado de *Gestión de Recursos Humanos: teoría y prácticas aplicadas a empresas turísticas por Pérez (2021)*.

La cultura organizacional y el clima laboral están estrechamente influenciados por la ética, puesto que la cultura es el reflejo de lo que la empresa desea transmitir, interna y externamente, con sus valores, principios, costumbres, así mismo, el clima laboral está determinado por dicha cultura además de las acciones y el comportamiento que las personas tendrán dentro de la organización, porque si los líderes y colaboradores tienen consciencia de efectuar buenas prácticas hacia sus actividades, la organización y las personas que le rodean, generarán un clima agradable y satisfactorio, lograr esto es un reto, porque cada persona está educada de distinta manera, poseen ideología distinta, pero la función de recursos humanos es influenciar y persuadir a todos para que se alineen y se comprometan con la misión, visión y los valores de la empresa.

2.2.3. Liderazgo Ético

Una organización que cuenta con líderes éticos está destinada a alcanzar el éxito, pero en muchas ocasiones se encuentran personas con temor a tomar dicho cargo, porque este representa una gran responsabilidad y algunos no están dispuestos a dirigir personas, tener más responsabilidad de lo que creen que pueden llevar; es por eso que se deben formar líderes y no líderes comunes, sino líderes éticos, tal y como lo indica Torralba “más allá de los conocimientos, de las técnicas y habilidades comunicativas básicas para poder liderar grupos se necesita la formación de carácter, del ethos, como decían los griegos, de aquel recurso intangible que mueve a la persona a asumir responsabilidades en situaciones de gran volatilidad” (Torralba, 2017)

Y así es, más allá de que un líder tenga todas las competencias técnicas y blandas del puesto, debe contar con valores y principios que lo guíen a tomar las decisiones que vayan acorde a la cultura de la empresa. Como seres humanos es muy difícil tomar decisiones éticas, máximo en un mundo en donde alrededor existe todo tipo de presión, (económica, social, entre otros) por lo tanto, como líderes éticos, se tiene que aprender a lograr separar la vida personal y laboral y actuar con profesionalismo en la toma de decisiones, aunque algunas personas no estén de acuerdo con algunas que se tomen, pero si está alineado con la filosofía empresarial, es lo que entonces se debe defender y atender, con el objetivo de llegar a los resultados esperados.

2.2.4. Código de Ética

Un código de ética en una organización es fundamental si se desea regular el comportamiento de los colaboradores y por ende contar con resultados éticos, puesto que según (Vieira Cervera, 2015) un código de ética es “un conjunto de principios éticos y normas de conducta que contribuyen a la formación de buenos hábitos de comportamiento en las organizaciones y genera creencias positivas al interior” (P.10), por lo tanto, en una organización se debe contar con un código de ética, para guiar el comportamiento del personal hacia el cumplimiento de los valores y normas establecidas por la organización, alineados hacia la filosofía y cultura de la empresa.

2.2.4.1. Importancia. La importancia de un código de ética, no solo se basa en poseerlo y leerlo, sino en aplicarlos para que cumpla su objetivo, este irá alineado a las políticas de la empresa y cada persona se sujetará a él, por lo tanto, las persona o personas encargadas de la gestión del talento, tendrán que fidelizar al personal, no imponer, sino hacer ver que el código es parte de la empresa y como colaboradores se es parte de él también, por lo tanto, es necesario que se inculque a tomar esa responsabilidad.

Además, (Benito Vellisca, 2021) señala que “la mejor manera de ejercer esa responsabilidad es creando un código ético que regule el comportamiento y la toma de decisiones de todo el personal de la empresa y que se comunique adecuadamente para crear una reputación corporativa optima en la sociedad” (p.20). El personal con apoyo de esto, podrá sentirse identificado y alineado con los objetivos de la empresa.

2.2.4.2. Estructura de un Código de Ética. Como anteriormente se exponía, un código de ética debe estar conformado por normas, principios, para influir en los colaboradores de forma positiva y así cumplir sus actividades con transparencia, con el objetivo principal de que el comportamiento de los trabajadores de la empresa esté regulado y sus acciones estén dirigidas hacia objetivos claros

Para su creación es importante en primera instancia definir la filosofía empresarial de la empresa, cuál es su visión, misión y valores, porque en esto se basará lo demás,

posteriormente, se definirá que se busca con el código y que quiere transmitir la organización, con el fin de que su personal lo cumpla. Por lo tanto, las personas dentro de una organización deben conocer los documentos que describen las normas, políticas y valores que identifican a la empresa, los cuales servirán de guía para el éxito de sí misma. Para ello, es necesario crear una estrategia de comunicación para que todos los colaboradores estén enterados y fidelizados con dicho código.

(Vieira Cervera, 2015) describe una estructura clara y concisa de qué debe integrar un código de ética:

- Índice: es la guía de temas o bosquejo de temas del contenido del código de ética.
- Carta de presentación: es la presentación del código como tal, dirigido hacia los colaboradores, indicando el porqué de su creación y que función tendrá, esta debe realizarse con autoridad, y debe ser desde los directivos de la organización.
- Alcance: Indica a quienes está dirigido el código de ética.
- Principios éticos: establece los lineamientos y principios de la empresa, de los que cada uno de los colaboradores debe sujetarse, acorde a lo establecido con la organización, esto será la guía para su accionar en ella.
- Conductas deseables: señala aquellas conductas que van alineadas a los objetivos de dicho código, son las normas que regularán las actitudes de cada uno de los colaboradores, para beneficio del bienestar organizacional.
- Conductas inaceptables: es el detalle de las conductas que no serán aceptadas dentro de la organización y que por lo tanto pueden contagiar para mal a los demás trabajadores
- Relaciones con los grupos de interés: este apartado indicara cómo cada uno de los trabajadores debe comportarse con los proveedores, clientes, en síntesis, personas externas, puesto que no se puede alinear a las personas que estén fuera, pero si guiar a los que pertenecen a la organización en sus relaciones con ellos.
- Responsabilidades: acá se describe la responsabilidad que cada área posee en el cumplimiento del código de ética, por ejemplo: directivos, comités de ética, trabajadores, recursos humanos, entre otros.

- Cumplimiento: en esta sección se informará que sucede al incumplir cada una de las normas del código.
- Difusión: se debe informar y difundir dicho código para que todos los colaboradores e integrantes de la organización tengan conocimiento de él, y junto con ello cumplirlo, por lo tanto, se deben emplear campañas de comunicación, se puede distribuir un código por departamento, afiches, entre otros medios.
- Declaración de compromiso: es necesario que quede constancia de que cada colaborador se compromete con el cumplimiento del código y que está enterado del mismo, el autor recomienda en la última página colocar el apartado para que dicha declaración se realice.

Es muy interesante visualizar, cómo está integrado un código de ética, por lo tanto, es necesario que cada organización fidelice a su equipo para que todos estén alineados y enterados con dicho código.

2.2.5. Comité de Ética

Según (Aechile, 2013), indica que un comité de ética está conformado por un grupo de personas que representen a todos los grupos de interés de la organización, y tiene como principales funciones:

- Velar por el cumplimiento del código de ética.
- Interpretar las normas establecidas por el código.
- Ser asesores en la búsqueda de soluciones a los problemas éticos
- Valorar los intereses de todos los stakeholders de la empresa.

Derivado de ello, es importante que una organización que contiene un código de ética, posea así mismo, un comité que se encargue de regular el buen comportamiento de las normas del mismo.

2.2.6. Comunicación Interna

La comunicación es importante para transmitir cualquier tipo de información, en esta interacción se encuentra un “emisor” quien brinda el mensaje y un “receptor”, quien lo recibe. Enfocada a una organización (Berceruelo, 2013) indica que:

la comunicación es como una unidad, como un todo inseparable, ya que los diferentes públicos entre sí, tienen una enorme permeabilidad y los mensajes que emite la empresa deben ser coherentes y difundirse de manera coordinada (p.79).

Por lo anterior, al momento de transmitir información, se debe considerar cómo el receptor recibirá dicho mensaje, tomando en cuenta los medios adecuados, periodicidad, tamaño de los grupos, entre otros.

Existen varios actores responsables para llevar a cabo la comunicación interna, siendo esta toda la cadena jerárquica, no obstante, es importante que si exista un responsable que se encargue de la supervisión de la comunicación, con el fin de centralizar lo que se desea transmitir y exista un orden cronológico en cuanto a su comunicación, así como, la verificación, si todos recibieron la información transmitida.

Según (Ramos Reyes, Paredes Sandoval, Teran Andrade, & Lema Lliguicota, 2017), la comunicación interna tiene efecto en cuatro grandes elementos que conforman la relación de las organizaciones con su personal interno:

- **Gestión:** permite a las personas a desarrollar su función, identificar cuáles son los procedimientos y qué tareas realizan las otras personas de la organización.
- **Humana:** ayuda a que las personas se sientan bien, importantes para la empresa.
- **Cultural:** permite crear sentido de pertenencia, a través de la filosofía empresarial
- **Social:** ayuda que las personas guarden buenas relaciones con otros colaboradores de la organización, fomentando un buen clima laboral.

Derivado de lo anterior, se debe gestionar la comunicación organizacional, para que tenga auge y pueda ser empleada y crear relaciones fuertes, entre compañeros, líderes y personal a cargo y la organización con todos los colaboradores.

2.2.6.1. Tipos de Comunicación

Los tipos de comunicación que pueden existir dentro de una organización, son:

- Ascendentes: cuando los niveles de menor jerarquía transmiten información al personal de nivel superior.
- Descendentes: cuando el nivel jerárquico superior transmite información a los niveles inferiores.
- Horizontal: cuando se presenta información entre personal o áreas del mismo nivel jerárquico.

Es importante considerar en la gestión de comunicación interna, el tipo de comunicación correcta que debe aplicarse.

2.2.6.2. Plan de Comunicación

Un plan de comunicación es importante, porque será la base para informar a todo el personal de una organización sobre un tema en específico, tal y como lo indica (Berceruelo, 2013):

Para gestionar con eficacia la Comunicación Interna de una empresa u organización es muy importante contar con un plan en el que se incluyan, entre otras cosas, la definición de los objetivos a alcanzar, la estrategia para lograrlos, los mensajes, la identificación de los públicos objetivo o grupos de interés de la compañía, las acciones que se vayan a desarrollar, la definición de los medios más adecuados y la aprobación de un presupuesto mínimo razonable. Es necesario, en suma, diseñar un plan de Comunicación Interna coherente con el plan estratégico general y el plan de comunicación externa de la compañía. (p. 101)

Así mismo indica que todo plan de comunicación debe incluir:

- Objetivos: para su elaboración se debe tomar en cuenta el estado actual de la organización, los procesos en marcha, la estrategia comercial vigente, etc. Los objetivos de la comunicación se deben establecer conjuntamente con la alta

dirección de la compañía y deben estar alineados con sus objetivos estratégicos generales.

- Estrategia de comunicación: implica establecer las prioridades y definir el modelo de comunicación que se pretende con el fin de conseguir los objetivos previamente definidos. Algunas premisas que se deben considerar para la fijación de la estrategia son: la orientación, coordinación e implicación de los directivos; la profesionalización de las tareas de Comunicación Interna; la búsqueda de la proactividad; la constancia informativa, etc.
- Público objetivo: segmentados en función de factores como formación, localización geográfica, uso de ordenadores, áreas de trabajo, contacto o no con públicos externos, etc.
- Ejes y mensajes. contenidos básicos de comunicación que se utilizarán de manera constante y reiterada en los diferentes soportes y en las intervenciones de los portavoces internos de la compañía.
- Planes de acción: batería de acciones que se desarrollarán para conseguir los objetivos previstos, utilizando todos los canales disponibles.
- Cronograma: calendario de acciones a llevar a cabo.
- Presupuesto: detalle de costos de las acciones propuestas a lo largo del periodo de tiempo establecido.

2.2.7. Resultados de la Ética en la Gestión del Talento Humano

Cuando se aplica la ética, los valores y las normas en una organización, se logra el éxito, porque todos están en un mismo sentir, en el mismo camino, conectados, cuando un individuo tiene cualquier tipo de costumbre y la pone en práctica contagia a los demás para que ellos la vivan también, como seres humanos se tiende a imitar distintas acciones, hábitos, actitudes, esto aplica también para las buenas costumbres, principios y valores. Influir a un ser humano adulto para que actúe con valores y ética no es fácil, pero este debe ser un objetivo claro, por el cual trabajar constantemente cada día.

Como gestor del talento humano, es necesario que se armen políticas internas alineadas al código de ética, creando y aplicando planes de comunicación efectivos para difundirlo adecuadamente, con el fin de que todos lo conozcan y lo apliquen, así mismo, recursos humanos debe encargarse de brindar seguimiento a los comités de ética, actualizaciones oportunas, evaluación y auditorías éticas, con el fin de incentivar al personal y obtener mejores resultados.

Para concluir, la ética es un factor importante que debe ser aplicada dentro una organización y por medio de la correcta gestión del talento humano, porque es una disciplina que ayuda a regular la conducta y el comportamiento de las personas, por lo tanto, los principios, valores, normas, reglas en un código de ética ayudarán a que el personal esté alineado con la cultura y objetivos de la empresa, pero es importante que los responsables de recursos humanos ayuden a fidelizar a los trabajadores para que el comportamiento ético sea un éxito, puesto que éste tiene un gran impacto en los resultados que obtenga una organización.

3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología utilizada en el presente trabajo de investigación, con el fin de obtener datos sustentables para dar respuesta a los objetivos de la misma, se detalla a continuación:

3.1. Definición del Problema

La empresa actualmente cuenta con un código de ética y comité de ética, los cuáles han sido establecidos desde octubre 2021, pero el problema central radica en que no existe un plan de comunicación que informe sobre la existencia del código y comité, y el proceso actual para informar al personal ha sido muy escueto y poco efectivo, puesto que no todos los colaboradores (con y sin personal a cargo) conocen que existe un código de ética dentro de la organización y quienes sí saben de su existencia, aún no conocen dónde encontrarlo o no se han interesado por buscarlo, ya que no hay un plan de comunicación que brinde seguimiento y capte la atención del colaborador, para que deseen y se preocupen por saber más de él; así mismo, la mayoría desconoce que existe un comité de ética, a quienes reportar en caso de cualquier situación que vaya en contra del código de ética.

En cuanto a su aplicación, el 100% de los jefes inmediatos, no lo cumplen, porque no conocen el contenido, por lo tanto, no hay un seguimiento profundo hacia su equipo de trabajo.

3.2. Planteamiento del Problema

Derivado de lo anterior se planteó la siguiente pregunta, la cual permitió el cumplimiento de los objetivos de la investigación:

¿Cuál es el plan de comunicación del código de ética que rige las actividades de los colaboradores en una empresa dedicada a la producción y venta de alimentos?

3.2.1 Ámbitos de la investigación

- **Unidad de Análisis**

El estudio se realizó a través de una muestra representativa, tomando como base a todo el personal de una empresa privada, dedicada a la producción y venta de alimentos.

- **Ámbito Geográfico**

El estudio del código de ética se realizó en una empresa ubicada en el Municipio y Departamento de Guatemala.

- **Periodo Histórico**

El periodo que se tomó en cuenta para la elaboración del Plan de Trabajo, Investigación de Campo e Informe Final, abarca del mes de agosto 2021 al mes de octubre del año 2022.

3.3. Objetivos

Se establecieron objetivos, un general y cuatro específicos, con el fin de llevar a cabo la presente investigación:

3.3.1. General

Evaluar cuál es el plan de comunicación del código de ética que rige las actividades de los colaboradores en una empresa dedicada a la producción y venta de alimentos.

3.3.2. Específicos

- Identificar los valores y normas que la empresa posee para la regulación del comportamiento de los colaboradores.
- Determinar el cumplimiento del código de ética dentro de la organización.
- Conocer los medios de difusión que permiten que el conocimiento del código de ética sea posible dentro de la empresa.
- Proponer un plan de mejora para la difusión del código de ética.

3.4. Método de Investigación

El método que se utilizó para realizar dicha investigación, es el método científico, plasmado en cada una de sus etapas, a través de este se recopiló información primaria y secundaria, directamente de la empresa objeto de estudio. El enfoque de dicha investigación es mixto, cuantitativo porque requirió cuantificar el análisis de los resultados, recolectando la información a través de la encuesta, realizando un vaciado de datos y representándolos por medio de figuras y tablas; y cualitativo, porque dichos resultados permitieron un análisis profundo, dando respuesta al objetivo general de la investigación.

En cuanto a su diseño, es no experimental – longitudinal, porque permitió analizar la variable de estudio en su estado natural y marcó un punto de partida, para que se realice evaluaciones periódicas, para la recolección de información con el fin de determinar el conocimiento y aplicación de las normas del código de ética de parte de los colaboradores.

3.5. Alcance de la Investigación

El alcance de la presente investigación es descriptivo, porque permitirá determinar cuál era el plan de comunicación del código de ética en la organización, verificando la perspectiva de todos los colaboradores, con o sin personal a cargo, de una empresa privada dedicada a la producción y ventas de alimentos, así mismo, se obtuvo información fundamental con la persona a cargo de gestionar el talento humano dentro de la organización.

3.6. Técnicas de Recolección de Información

Las técnicas de recolección de datos que se utilizaron en la presente investigación, con el objetivo de recolectar los datos necesarios que respondieron a los objetivos estructurados con anterioridad, son las siguientes:

- Encuestas: se utilizó esta técnica por medio de una serie de preguntas dicotómicas, estructuradas para el personal subalterno y otra para el personal que

cuentan con colaboradores a cargo, para evaluar ambas perspectivas, por medio de un formulario de Google.

- Entrevista: se realizó una entrevista al Gerente de Recursos Humanos. Dicha entrevista se realizó de forma presencial, en las instalaciones de la empresa, con la que se recolectó la información necesaria sobre el código de ética.

3.7. Instrumentos de Recolección de Información

Los instrumentos que se estructuraron para la obtención de la información documental, con el fin de aportar valor a dicha investigación y recabar datos necesarios, son los siguientes:

3.7.1. Guía de entrevista estructurada

Este instrumento se utilizó en dicha investigación, para entrevistar al Gerente de Recursos Humanos, cuyo fin fue profundizar en el tema del código de ética y su aplicación en la empresa, proporcionando datos importantes para el alcance de los objetivos de la investigación.

La guía fue elaborada en un formulario de Google, para facilitar la obtención de información, posteriormente, se realizó una cita con el Gerente de Recursos Humanos, de forma presencial, en las instalaciones centrales de la empresa, con el fin de platicar con él y realizar preguntas estructuradas.

3.7.2. Cuestionario

Este instrumento posee preguntas cerradas o de medición, (dicotómicas) y determinó tener respuestas más precisas, así mismo, demostró por medio de gráficas el porcentaje de los resultados, funcionó para analizar temas específicos, aplicando una escala de “sí” y “no”.

Así mismo, este se trasladó a una muestra representativa de la población, de colaboradores con y sin personal a cargo, por medio de un formulario de Google, para facilitar el levantado de datos, el proceso consistió en elaborar un formulario por muestra,

es decir, uno para personas que tienen colaboradores a cargo y otro para quienes no poseen personal a cargo, con el fin de obtener la información que se necesita.

3.8. Población

La población total de la empresa corresponde a un total de 380 personas, clasificadas en colaboradores con y sin personal a cargo, como se detalla en a continuación:

Tabla 1

Población

Descripción	Cantidad
Con personal a cargo	78
Sin personal a cargo	302
Total	380

Nota: datos brindados por el Gerente de Recursos Humanos, empresa de estudio, agosto 2021

3.9. Muestra

Para determinar la cantidad de personas que se encuestaron se utilizó un tipo de muestreo probabilístico, la fórmula estadística relacionada con las poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 90% y un error del 10%, la fórmula a continuación:

$$n = \frac{Z^2 (P \cdot Q) \cdot N}{E^2 (N-1) + Z^2 (P \cdot Q)}$$

n= Tamaño de la muestra

Z= cuantil de una distribución normal asociado a un nivel de confianza deseado

P= Probabilidad de éxito del evento = 0.50

Q= Probabilidad de fracaso del evento =0.50

N= Población de la investigación

E= Error relativo máximo que se está dispuesto a aceptar

1= Valor constante de la fórmula

- **Con personal a cargo**

$$n = \frac{1.645^2 (0.5 * 0.5) (78)}{0.10^2(78 - 1) + 1.645^2 (0.5*0.5)} = \frac{52.7674875}{1.44650625} = 37$$

Según el resultado que la formula estadística presentó, se encuestaron a 37 personas, que tienen personal a cargo, para determinar los resultados esperados.

- **Sin personal a cargo**

$$n = \frac{1.645^2 (0.5 * 0.5) (302)}{(0.10)^2(302 - 1) + 1.645^2 (0.5*0.5)} = \frac{204.3048875}{3.68650625} = 56$$

Según los resultados determinados, se encuestaron a 56 trabajadores que no tienen personal a cargo.

3.10. Estadística

En el proceso de investigación se utilizaron métodos estadísticos, con el fin de que, al finalizar la recolección de datos, estos se proyecten por medio de tablas y figuras, las cuales serán de gran utilidad para su representación por ende el análisis de los mismos, lo que generará a su vez la elaboración de una propuesta eficiente para cumplir con los objetivos estructurados.

4. DISCUSION DE RESULTADOS

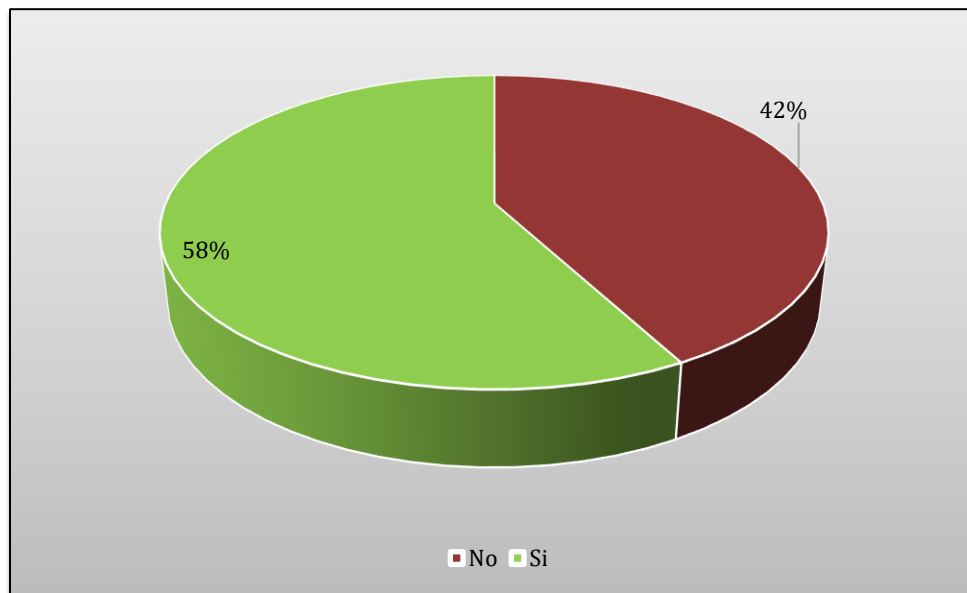
A través de las encuestas y entrevista realizadas se obtuvieron datos que representan el problema con base a los objetivos específicos de la investigación:

4.1. Medios de difusión

Para conocer los medios de difusión que permiten que el conocimiento del código de ética dentro de la empresa, y validar su efectividad, se levantó una encuesta para evaluar el punto de vista de los colaboradores con personal y sin personal a cargo.

Figura 3

Conocimiento del Código de Ética, de colaboradores sin personal a cargo



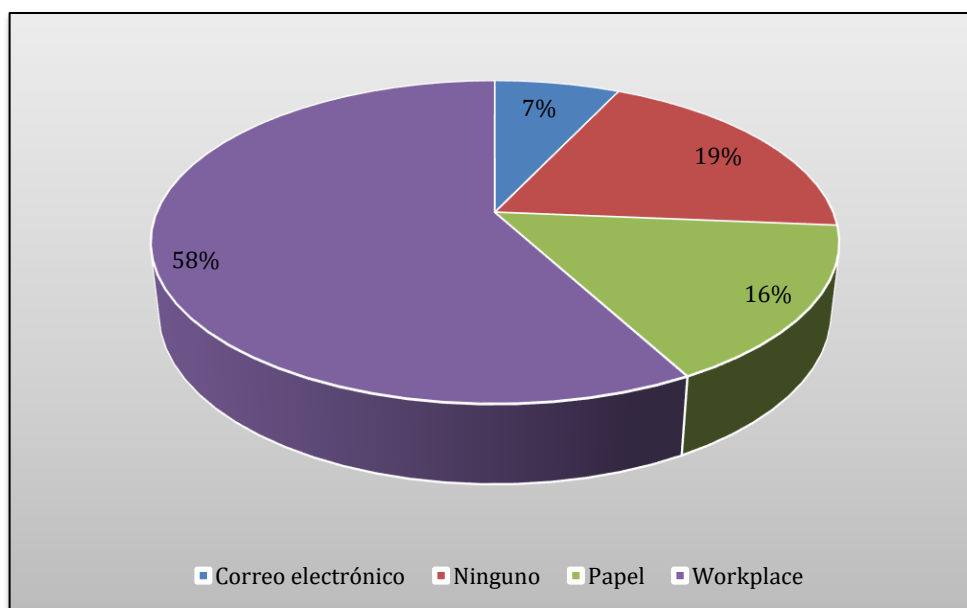
Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores sin personal a cargo de una empresa a la dedica a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Para que un código de ética pueda ser aplicado y cumplido dentro de una organización, este debe previamente ser comunicado, y por ende conocido por todos los colaboradores, según los datos recopilados, en la encuesta trasladada a personal subalterno de la organización, se determinó que un 42% no conoce de la existencia del código de ética, a pesar de que el porcentaje de conocimiento es más alto, esta cifra si alerta, dado que no existe mucha diferencia en ambos resultados, para ello es importante

tomar en cuenta la respuesta, dado que por el tipo de puesto, pueden existir factores que causen dicho desconocimiento, como falta de interés, o que la comunicación por Recursos Humanos o el jefe inmediato haya sido escueta.

Figura 4

Medio dónde conocieron el Código de Ética colaboradores sin personal a cargo

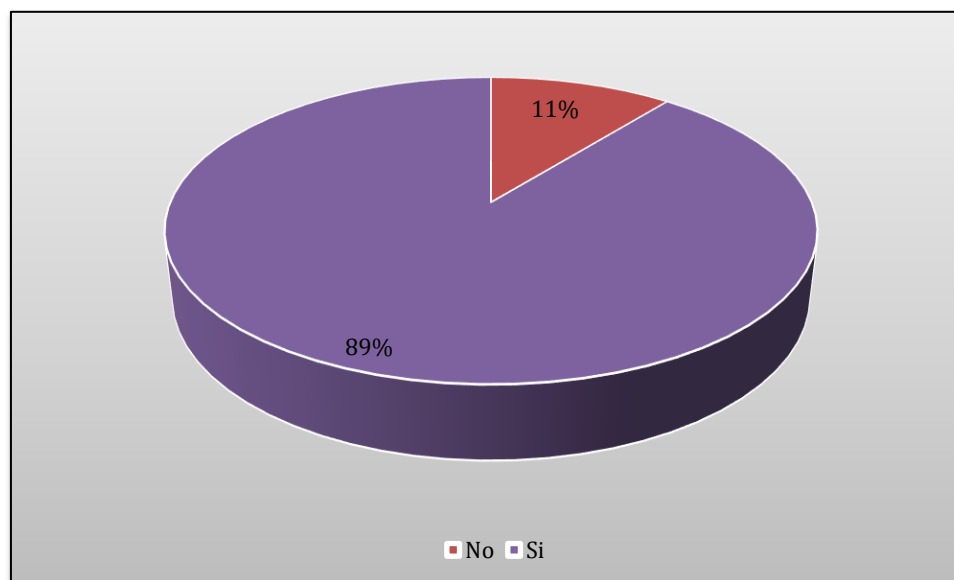


Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores sin personal a cargo de una empresa a la dedica a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Para que un documento tan importante sea conocido, actualmente en la organización se utilizan medios digitales, es por eso, que se enlistaron algunas vías de comunicación principales a los que todos los colaboradores tienen acceso, para determinar cuáles fueron los medios en dónde conocieron el código de ética; el mayor porcentaje de respuestas, un 58% de parte de los colaboradores que no tienen personal a cargo, lo conocieron por medio de Workplace, el canal de comunicación interna de la empresa, este medio proviene de Facebook, y es un medio por el cual las personas cuentan con una biblioteca de recursos, en dónde se encuentra publicado el código de ética, lo que hace notar que la aplicación de Workplace ha sido aceptada por los colaboradores, para utilizarla frecuentemente.

Figura 5

Conocimiento del Código de Ética, de colaboradores con personal a cargo

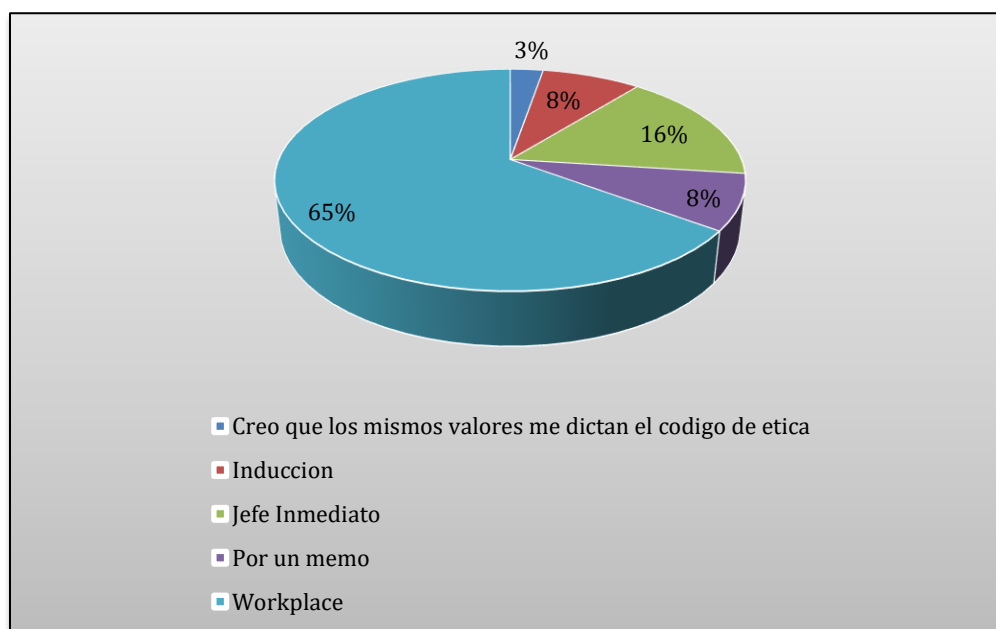


Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores con personal a cargo de una empresa a la dedica a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Según los datos recopilados en la encuesta trasladada, se observa en la figura número 5, que los colaboradores que cumplen con la función de jefes inmediatos, tienen conocimiento de la existencia de un código de ética, en un mayor porcentaje, en comparación de los que solo cumplen con el papel de subalternos, en este caso, quienes si conocen que existe un código de ética, es de un 89%, esto se debe a que los jefes inmediatos por lo regular, se encuentran en mayor contacto con Recursos Humanos, y cuentan con la responsabilidad en mayor grado de conocer las normas y políticas de la organización, aún así, no todos están enterados de dicho código, dado que el 11% de los jefes inmediatos encuestados no lo conocen, este porcentaje deberá de disminuir o desaparecer, puesto que por la responsabilidad del puesto es necesario que cada colaborador con personal a cargo conozca los documentos legales que regulan el comportamiento de todos los colaboradores.

Figura 6

Medio dónde conocieron el Código de Ética colaboradores con personal a cargo



Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores con personal a cargo de una empresa a la dedica a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Se consideró evaluar los canales de comunicación por los cuales, los jefes inmediatos conocieron sobre el código de ética, y se puede observar que un 65% conoció el código de ética por Workplace, la aplicación de comunicación interna, dado que es una vía de fácil acceso, así mismo, mencionaron otros medios, el 16% afirmó que se enteraron sobre el código de ética por su jefe inmediatos, un 8% en su inducción y por un memo de “declaración de compromiso” el cual no contiene información del contenido del código de ética como tal, pero si señala el compromiso de los colaborador en cumplir las normas del código de ética, y un 3% aseguran que los mismos valores son los que dictan el código de ética, es decir que conocen los valores organizacionales, pero el enfoque de la pregunta, no fue resuelta a profundidad, por lo que se determina que no conocen el documento como tal.

Tabla 3*Conocimiento de la existencia del comité de ética*

PREGUNTA	CON PERSONAL A CARGO		SIN PERSONAL A CARGO	
	SI	NO	SI	NO
Sabe si la empresa cuenta con un comité de ética	43%	57%	35%	65%
Conoce quienes integran el comité de ética	27%	73%	18%	82%
Conoce el medio dónde puede comunicarse con el comité de ética	41%	59%	30%	70%

Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores con personal a cargo y sin personal a cargo de una empresa a la dedica a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

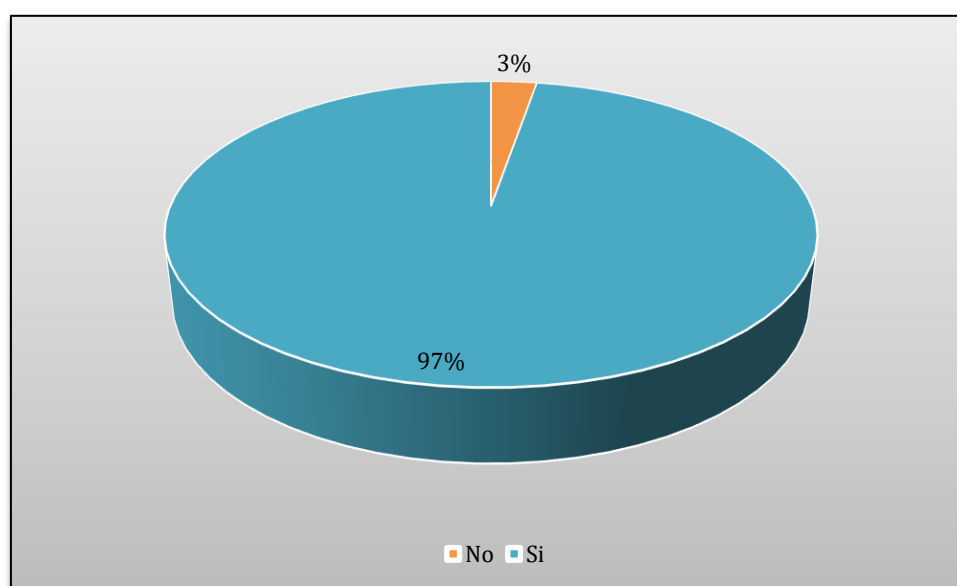
La organización actualmente cuenta con un comité de ética, y por lo tanto es importante evaluar el conocimiento que todo el personal tiene sobre la existencia del comité de ética, puesto que el comité es fundamental si se cuenta con un código de ética, ya que según, Achile (2013) el comité de ética es el encargado de velar que dicho código sea cumplido, así mismo, de resolver problemas éticos; por lo tanto, para dicho análisis, se realizó un comparativo de tres preguntas puntuales, que se realizó a los colaboradores que cuenta con personal a cargo y sin personal a cargo, en dónde el 57% y 65% respectivamente, no tienen conocimiento de que la empresa cuenta con un comité de ética, así mismo, un 73% y 82% respectivamente de los encuestados, no conocen quienes integran el comité de ética y por ende un 59% y 70% respectivamente, no saben el medio en dónde pueden comunicarse con el comité de ética. Los porcentajes que los resultados brindan, son altos, esto se debe a que no se les ha comunicado correctamente.

4.2. Cumplimiento del Código de Ética

Con la finalidad de Determinar el cumplimiento del código de ética dentro de la organización, se trasladó una encuesta a los colaboradores que tienen personal a cargo, para poder comprender cuál es su percepción y la realidad del cumplimiento del código de ética.

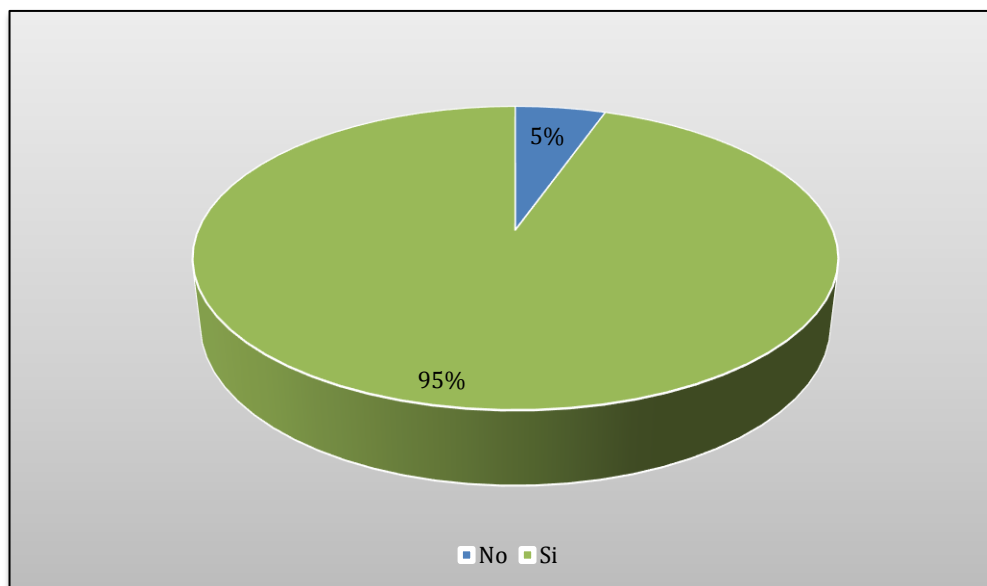
Figura 7

Aplicación de las normas del Código de Ética



Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores con personal a cargo de una empresa a la dedica a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Con los datos recopilados de la encuesta trasladada a los jefes inmediatos, se determinó que un alto porcentaje si aplica las normas descritas en el código de ética, hacia su equipo de trabajo, puesto que el 97% de los colaboradores con personal, respondió que, si aplican las normas de ética con su equipo, por lo que se percibe que con dicha respuesta, son responsables con sus funciones y están comprometidos a conocerlo, transmitir su contenido y aplicarlo.

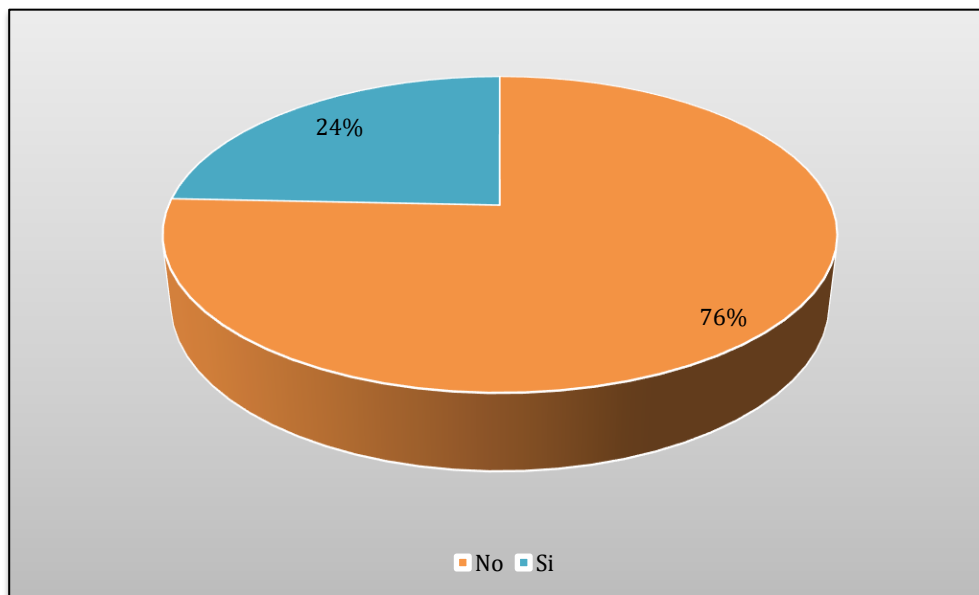
Figura 8*Seguimiento al cumplimiento del Código de Ética*

Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores con personal a cargo de una empresa a la dedica a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta trasladada a los jefes inmediatos, quienes, respondieron que si conocen el código de ética, al igual que en la figura número 8, la respuesta a esta pregunta fue positiva, dado que un 95% si brindan seguimiento al cumplimiento del código de ética, quedando un 5% que no lo brinda, las causas pueden ser diversas, pero entre las principales se debe a que no están comprometidos con las políticas, o desconocen el contenido del código de ética como tal, saben que existe uno, pero no se les ha capacitado en como brindar el respectivo seguimiento.

Figura 9

Resistencia ante las normas del Código de Ética

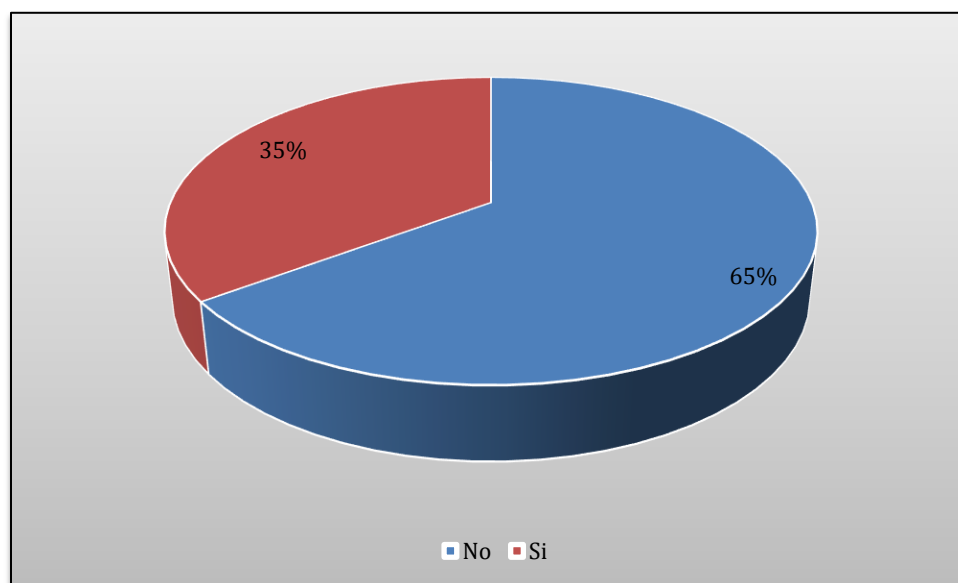


Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores con personal a cargo de una empresa a la dedica a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Es importante crear conciencia en los colaboradores, para que ellos ejecuten de forma positiva y correctamente las normas del código de ética y no muestren resistencia en cumplirlas, por lo tanto fue necesario indagar si el equipo de trabajo de los jefes inmediatos mostraba resistencia al cumplimiento de dicho código y según la información recopilada de parte de los colaboradores que cuentan con personal a cargo, el 76% respondió, que su equipo no muestra resistencia ante las normas del código de ética, por lo que se puede afirmar, que quienes conocen el documento, lo han percibido de una manera efectiva, pero el 24% restante si muestra resistencia, por lo que dichas respuestas deben ser tomadas en cuenta, para tomar acción sobre ello, porque esta situación puede ocasionar que se presenten conflictos éticos en la organización, así mismo, se analizan las causas de dicha actitud de parte de los subalternos, las cuales puede ser por desconocimiento del código de ética, falta de interés, ausencia de retroalimentación del jefe inmediato u otro factor ajeno a la voluntad del colaborador.

Figura 10

Comunicación de los jefes inmediatos al comité de ética sobre las normas no cumplidas del código de ética



Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores con personal a cargo de una empresa a la dedica a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Una de las funciones del comité de ética según Achile (2013) es ser asesores en la búsqueda de soluciones a los problemas éticos, por lo tanto, cuando una de las normas del código de ética no es respetada o cumplida por los colaboradores, esta debe ser reportada al comité de ética en breve, y es responsabilidad de todos cumplir con informar, no importando el nivel jerárquico, aunque el mayor grado de responsabilidad, por contar con personal a cargo es de los jefes inmediatos, por el puesto que ocupan, dado que son intermediarios de la organización, derivado de ello, en la encuesta trasladada a los jefes inmediatos se determinó el 65% de ellos no reporta al comité de ética; las causas se deben a que no conocen que existe un comité de ética, porque no saben el procedimiento correcto o saben que hay un código de ética pero no conocen o desconocen su contenido.

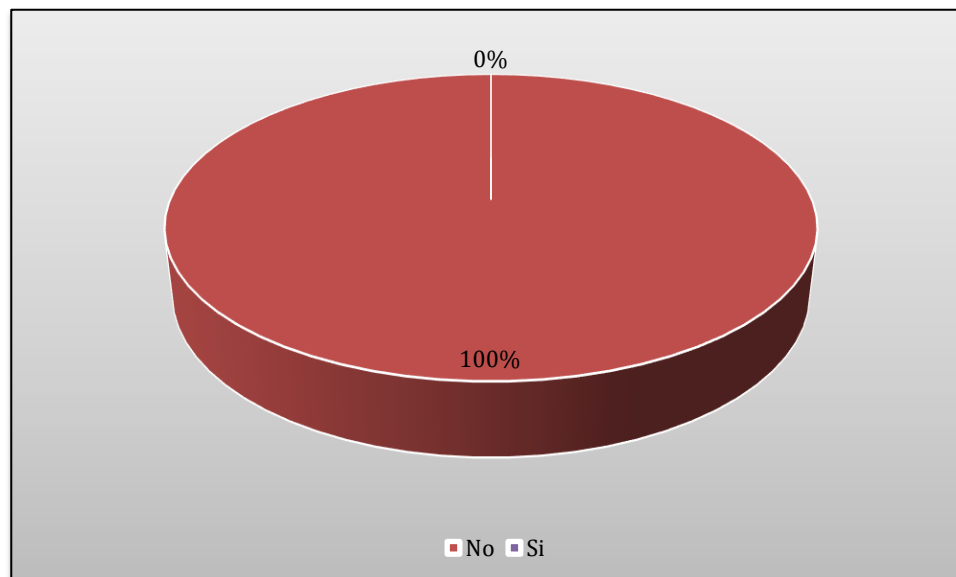
4.3. Plan de comunicación

Con la finalidad de proponer un plan de mejora para la difusión del código de ética, previo a ello fue necesario conocer si la empresa contaba con un plan de comunicación, por lo que se le consultó al Gerente de Talento Humano por medio de una entrevista estructurada si poseían dicho plan.

Así mismo, se verificó qué opinaban los colaboradores con y sin personal a cargo, sobre los medios que se utilizan actualmente para difundir el código de ética, además, de verificar cómo percibirían ellos mejor la comunicación del código y comité de ética.

Figura 11

Existencia de un plan de comunicación para difundir el código de ética



Nota: Con base a los datos recopilados en entrevista trasladada al Gerente de Talento Humano de una empresa dedicada a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Por medio de la entrevista realizada al Gerente de Talento Humano, se determinó que la empresa actualmente no cuenta con un plan de comunicación formal para la difusión del código de ética, puesto que solo se comunicó el lanzamiento y como proceso de comunicación se publicó en pdf en el canal de comunicación interna (Workplace) para que los colaboradores accedieran a él, derivado de ello, la respuesta hacía el código de ética de parte de todos los colaboradores de la organización, no ha sido asertiva, por lo

que el Gerente indicó que habría que reforzar todas las políticas del código de ética, por medio del seguimiento en la comunicación hacia ellos.

Tabla 3

Efectividad del proceso de comunicación del Código de Ética

PREGUNTA	CON PERSONAL A CARGO		SIN PERSONAL A CARGO	
	SI	NO	SI	NO
Considera que ha sido efectivo el proceso de comunicación del Código de Ética de parte de Recursos Humanos	84%	16%	75%	25%
Considera que los medios de comunicación en dónde se da a conocer el Código de Ética son los correctos	89%	11%	84%	16%

Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores con personal a cargo y sin personal a cargo de una empresa a la dedica a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Para realizar una propuesta de un plan de comunicación del código de ética, es necesario conocer si ha sido efectivo el proceso de comunicación que actualmente la organización posee para informar y dar a conocer el código de ética, tanto para los colaboradores con personal a cargo y colaboradores que no cuentan con personal a cargo, dado que Según (Vieira Cervera, 2015) el código de ética se debe informar y difundir dicho para que todos los colaboradores e integrantes de la organización tengan conocimiento de él, y junto con ello cumplirlo, por lo tanto, se deben emplear campañas de comunicación, se puede distribuir un código por departamento, afiches, entre otros medios. Derivado de ello, surge la necesidad de observar y entender la percepción de ambas partes, por lo que en la tabla número 3, se observan dos preguntas puntuales, que permitirán conocer si el proceso de comunicación ha sido efectivo y a su vez, si los medios de comunicación han sido los correctos, para la primer pregunta, el 16% de los colaboradores con personal a cargo y el 25% de los colaboradores sin personal a cargo dijeron que no, en cuanto a la segunda pregunta, con personal a cargo el 11% ha dicho que no han sido los medios de comunicación correctos, y sin personal a cargo el 16% perciben de que no han sido los correctos de igual manera, aunque los porcentajes son bajos, en comparación a las

respuestas positivas, serán la base para concretar una propuesta de comunicación, dado que muchos mencionaban que únicamente se lanzó el código de ética y no se le brindó seguimiento, además de mencionar que los jefes inmediatos y Recursos Humanos no ha hecho énfasis a dicha comunicación.

Tabla 4

Periodicidad para informar sobre el código de ética

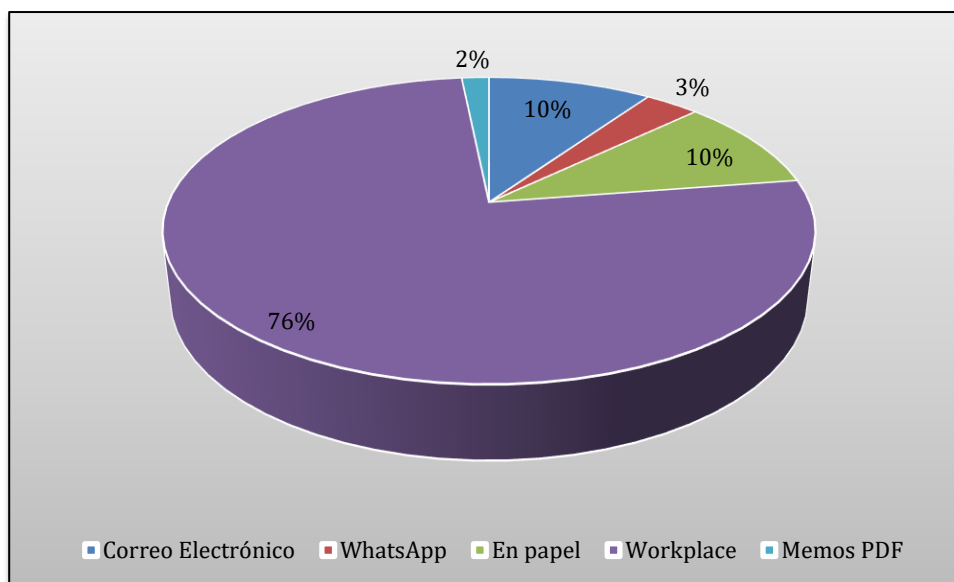
PERIODICIDAD	CON PERSONAL A CARGO	SIN PERSONAL A CARGO
Anual	5%	12%
Semestral	19%	21%
Trimestral	70%	67%
Mensual	5%	0%

Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores con personal a cargo y sin personal a cargo de una empresa dedicada a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Con el fin de crear una propuesta efectiva del plan de comunicación del código de ética para la organización, se consultó a los colaboradores con personal a cargo y sin personal a cargo, cuál era la periodicidad que creían conveniente se anunciara e informara sobre el código de ética y su comité en la organización, y dichos resultados mostraron que de un 70% de los jefes inmediatos, prefiere que se brinde la comunicación de manera trimestral de parte de Recursos Humanos, y el 67% de los colaboradores sin personal a cargo indicaron que lo ideal de ser informado sobre el código y comité de ética, sería también de forma trimestral. Derivado de los resultados anteriores, se percibe de ambos lados, que los colaboradores desean que se les recuerde y comunique durante cuatro veces al año, para no sobre cargarse de información, puesto que existen otros documentos de los cuales deben aprender y refrescar los conocimientos.

Figura 12

Medios importantes para informar sobre el Código de Ética según colaboradores sin personal a cargo

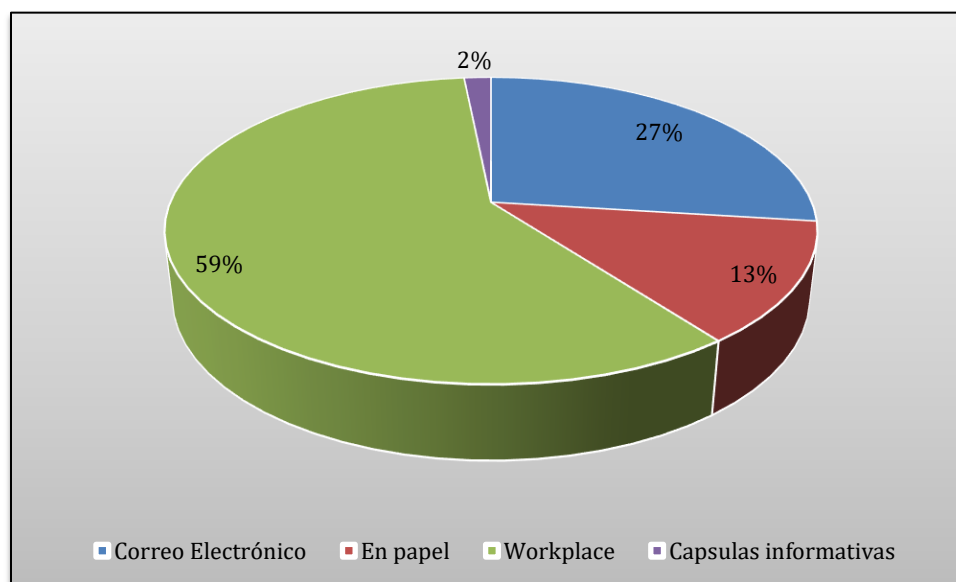


Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores sin personal a cargo de una empresa a la dedica a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Para continuar con la propuesta del plan de comunicación del código de ética, es importante conocer los medios que son más visitados o de fácil acceso para los colaboradores, por lo tanto, se consultó a los colaboradores sin personal a cargo en la encuesta trasladada, colocando una serie de opciones, dejando abierta una de ellas, para que pudieran seleccionar la que mejor se adapte a ellos. En la figura 11, se puede observar, que el 76% de los colaboradores sin personal a cargo, prefieren que la información se les sea transmitida por Workplace, dado que es una aplicación que está al alcance, por lo que pueden acceder fácilmente e informarse de lo que ocurre instantáneamente, así mismo, la segunda y tercera opción que cuentan un 10% de preferencia, es la de papel y correo electrónico, por lo que también se debe de considerar tomando en cuenta a aquellas personas, que se les facilite leer un documento físico, puesto que no todos están adaptados a la tecnología aún, así mismo, se debe tomar en cuenta enviar un correo electrónico dirigido directamente hacia ellos.

Figura 13

Medios importantes para informar sobre el Código de Ética según colaboradores con personal a cargo



Nota: Con base a los datos recopilados en la encuesta trasladada a los colaboradores con personal a cargo de una empresa a la dedica a la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Los colaboradores con personal a cargo también se tomaron en cuenta para conocer los medios que son más visitados o de fácil acceso para ellos, con la finalidad de transmitirles información sobre el código y comité de ética, de los resultados, el 59% respondieron que prefieren Workplace, el canal de comunicación interna para ser informados, así mismo, con un porcentaje del 27% en segundo lugar, correo electrónico, dado que por ser jefes inmediatos tienen acceso al él durante la jornada, por lo tanto se inclinaron por el correo electrónico, para que la información, también se les transmita por esa vía. Considerando que también señalaron el papel, como otro medio de comunicación con un 13% de preferencia, se debe realizar algún plan para transmitir la información de esa manera, contando que algunos no están fidelizados con la tecnología y medios digitales.

4.4. Normas y Valores

Se realizó una entrevista al Gerente de Talento Humano, con la finalidad de Identificar los valores y normas que la empresa posee para la regulación del comportamiento de los colaboradores, como punto de partida para la investigación, en dónde se obtuvieron los siguientes resultados por medio de las siguientes preguntas:

Tabla 2

Entrevista sobre existencia del Código de Ética

PREGUNTA	RESPUESTA
1. ¿Cuáles son los valores que identifican a la empresa dentro de su filosofía?	Resiliencia, Humanidad y Creatividad
2. La empresa cuenta actualmente con un código de Ética?	Si
3. ¿Existen políticas internas relacionadas con el cumplimiento del código de ética? Y ¿Cuáles?	Si, el código en sí es una política, el cual está vinculado a nuestro sistema disciplinario.
4. ¿Procede alguna sanción cuando el colaborador infringe una norma descrita en el código de ética?	Si

Nota: Con base a los datos recopilados en entrevista trasladada al Gerente de Talento Humano de una empresa a la dedicada la producción y venta de alimentos, durante el mes de junio del año 2022.

Es importante que una empresa legalmente constituida, cuenta con normas y políticas, para regular el comportamiento de los colaboradores, es por ello que un código de ética, se puede aplicar para ello, tal y como lo dice el autor (Vieira Cervera, 2015) un código de ética es “un conjunto de principios éticos y normas de conducta que contribuyen a la formación de buenos hábitos de comportamiento en las organizaciones y genera creencias positivas al interior” (P.10). Por lo tanto, se hizo una investigación de campo, por medio de una entrevista estructurada, al Gerente de Talento Humano, para saber si

la empresa ya cuenta con un código de ética, en dicha entrevista también fue necesario entender sobre qué valores rigen el funcionamiento de la organización, así mismo, según el criterio del Gerente, la política que rige el código de ética es él mismo, dado que el código es una política en sí, así mismo, está regulado por el marco legal, puesto que, al momento de infringir alguna norma, este es sancionado con llamadas de atención vinculadas al sistema disciplinario.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A continuación, se plasmarán las conclusiones y recomendaciones que se derivaron de la investigación, y que brindan respuesta a cada uno de los objetivos específicos.

5.1. Conclusiones

5.1.1. La empresa cuenta actualmente con tres valores, que se enlistan a continuación: creatividad, resiliencia y humanidad, los que han servido de base para la creación de un código de ética, con el que cuentan actualmente, en el cual se establecen normas y lineamientos, que ayudarán a regular el comportamiento de los colaboradores de la organización.

5.1.2. Un alto porcentaje de colaboradores sin personal a cargo siendo este el 42% desconoce de la existencia de un código de ética en la organización, así mismo, un 11% de colaboradores con personal a cargo, tampoco sabe de la existencia del código de ética, por lo tanto, al verificar dichos datos se observa que el personal que menos ha sido informado, han sido los que fungen el papel de subalternos, además, Se determinó que los jefes inmediatos que, si conocen de la existencia del código de ética en la organización, en un alto porcentaje si cumplen con aplicar las normas de código de ética.

5.1.3. Con los datos recopilados por medio de las encuestas trasladadas a los colaboradores con personal y sin personal a cargo y la entrevista realizada al Gerente de Talento Humano, se determinó que el medio de difusión que la organización utiliza para informar a su personal, es Workplace, que pertenece a Facebook, por medio de la cual cada colaborador puede acceder a ella fácilmente, a través de una aplicación que pueden instalar en su celular o en la web a través su computadora.

5.1.4. A través de la entrevista realizada al Gerente de Talento Humano, se determinó que actualmente no existe un plan de comunicación en la organización, que permita el seguimiento a la difusión del código de ética y comité de ética a todos los colaboradores, tanto para los que cuentan con

personal a cargo, como para los que no, permitiendo que los colaboradores olviden su existencia y por ende de su aplicación y cumplimiento.

5.2. Recomendaciones

- 5.2.1.** Al contar con un código de ética, la empresa tiene una gran ventaja, pero es importante que la organización brinde el respectivo seguimiento en cuanto a la actualización y revisión de políticas que el código de ética actualmente posee, calendarizando una revisión anual, para que el documento este de acuerdo al marco legal, con la finalidad de que no exista ningún inconveniente
- 5.2.2.** Se recomienda que, de parte de recursos humanos, se evalúe en conjunto con el comité de ética, el cumplimiento de dicho código, verificando si existen reportes de parte de los colaboradores, con el fin de conocer si hay congruencia entre las respuestas obtenidas por medio de las encuestas trasladadas a los colaboradores con personal a cargo.
- 5.2.3.** Al contar con una vía de comunicación interna como Workplace, la cual es completa en todo lo que contiene, contando con una biblioteca de recursos para publicar distintos documentos informativos y realizar publicaciones instantáneas, se recomienda aprovecharla al 100%, utilizando este medio, el cuál fue elegido por la mayor parte de colaboradores con y sin personal a cargo, para ser informados sobre el código de ética.
- 5.2.4.** La organización actualmente carece de un plan de comunicación para difundir la información referente al código de ética hacia todos los colaboradores, es por ello que se recomienda crear e implementar un plan considerando las respuestas de los colaboradores en cuanto a la preferencia de los medios y periodicidad para ser informados, los medios con mayor porcentaje de elección fueron: Workplace y Correo Electrónico; así mismo, la periodicidad elegida, para la transmisión de información.

6. REFERENCIAS

- Ábrego Cruz, E. E. (2021). *Compendio de lecciones básica de ética para futuros profesionales*. Obtenido de ACADEMIA:
https://www.academia.edu/6447879/Compendio_de_lecciones_b%C3%A1sicas_de_%C3%A9tica_para_futuros_profesionales_COMPENDIO_DE_LECCIONES_B%C3%81SICA_DE_%C3%89TICA_PARA_FUTUROS_PROFESIONALES
- Aechile. (2013). *La ética en la empresa*. Recuperado el 2021, de
<https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448175646.pdf>
- Benito Vellisca, F. (2021). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. Obtenido de
https://books.google.com.gt/books?id=IA4tEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Berceruelo, B. (2013). *Nueva comunicación interna en la empresa*. Madrid, España: Estudio de comunicación.
- Bretoneche Gutierrez, L., Cortez Fernández, R., & Narváez Aranibar, T. (2017). *Filosofía y Ética*. Lima, Perú.
- Castañeda Girón, B. d. (2019). *Gestión del talento humano y el desempeño de los equipos de trabajo en el sector empresarial privado*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Federico Villa Real].
- Díaz van Swaay, C. (2016). *Fundamentación antropológica de la ética empresarial: un acercamiento desde el pensamiento de Fernando Rielo*. Madrid, España. [Tesis Doctoral, Universidad Potinicia de Madrid].
- Galarza Pérez, A. L. (2016). *Análisis de la gestión del talento humano en las pymes medianas del sector manufacturero de Quito y propuesta de un esquema mejorado*. [Tesis de maestría, Escuela Politécnica Nacional].
- Ghiglione, F. (2015). *Gestión de RR.HH del personal de planta permanente de la Honorable Cámara de Diputados (Provincia de la Pampa)*. Desafíos para una

- adecuada evaluación del desempeño*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de la Pampa].
- Gómez Martín, E. (2020). *Ética, deontología y responsabilidad social empresarial*. Madrid, España.
- Maldonado, J. Á. (2017). *Ética profesional y empresarial*.
- Medina C., M. M. (2019). *Comunicación Interna y su repercusión en la motivación laboral de los colaboradores las empresas Punto Médico y Salud Bucal (Centros mixtos de Salud del Grupo Read)*. [Tesis de maestría, Universidad APEC, 2019].
- Pérez Mesa, J. C. (2021). *Gestión de recursos humanos: teoría y práctica aplicadas a empresas turísticas*. Universidad de Almería.
- Ramos Reyes, W. D., Paredes Sandoval, M., Teran Andrade, P. E., & Lema Lliguicota, L. F. (2017). *Comunicación Organizacional*. Guayaquil, Ecuador: Ediciones Grupo Compás.
- Ramos Ulloa, A. C. (2016). *La comunicación interna y los conflictos laborales internos de la Agencia de Regulación y Control de Electricidad - ARCONEL*. Quito.[Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar,2016].
- Rincón Roldan, F. J. (2020). *Valores organizacionales, gestión de recursos humanos y sostenibilidad en empresas de economía social*. Sevilla. [Tesis Doctoral, Universidad Pablo de Olavide].
- Rojas Reyes, R. R. (2018). *Gestión del talento humano y su relación con el desempeño laboral del personal del puesto de salud Sagrado Corazón de Jesús*. Lima, Perú.[Tesis de maestría, Universidad Norbert Wiener].
- Torralba, F. (2017). *Liderazgo ético*. Madrid, España. Obtenido de <https://docplayer.es/89412033-Liderazgo-etico-la-emergencia-de-un-nuevo-paradigma-actualidad-francesc-torralba.html>
- Velásquez Ariza, J. J., & Tarazona Méndez, M. Á. (2016). *Percepciones y actitudes sobre ética empresarial en los procesos de servicio al cliente, liderados por los*

egresados graduados durante 2012 y 2013 de la Maestría en Administración de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga. [Tesis de Maestría, Universidad Santo Tomás, Bucaramanga].

Vieira Cervera, C. (2015). *Código de ética, mucho más que buenas intenciones*. Lima, Perú.

ANEXOS

ANEXO 1: PROPUESTA

2022

**PROPUESTA DE UN PLAN DE
COMUNICACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA**



DESCRIPCION

La ética es una disciplina que rige el comportamiento de las personas, por lo tanto, es importante que, una organización que cuenta con un código de ética, establezca la difusión de este, para conocimiento y cumplimiento de parte de todos los colaboradores.

Derivado de lo anterior, la presente propuesta, tiene como finalidad establecer los estándares de comunicación que debe tener la organización para la divulgación del código de ética y lograr establecer parámetros para difundirlo cuando este contenga algún cambio, logrando la efectividad en el proceso de cumplimiento de parte de toda empresa.

OBJETIVO GENERAL

Dar a conocer el código de ética a toda la organización, a través de una metodología de comunicación atractiva, con la finalidad de que todos los colaboradores tengan presente sus lineamientos y estén dispuestos a cumplirlos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer los canales de comunicación adecuados, en dónde el personal tenga facilidad de acceso para el conocimiento del código de ética.
- Identificar el proceso adecuado de comunicación que alcance al 100% de personal en la organización
- Lograr una efectiva comunicación del código de ética, para que todos los colaboradores lo conozcan.

ESTRATEGIAS

- Utilizar los canales de comunicación interna (Workplace y Correo Electrónico) para la comunicación de los lineamientos del código de ética, puesto que estos son los medios más utilizados en la organización.

- Establecer la periodicidad adecuada de comunicación, a través de un cronograma para que las publicaciones del código de ética puedan ser efectivas y recibidas de parte de todo el personal, sin opacar la información adicional que se transmite de parte de Recursos Humanos.
- Identificar a las personas responsables que llevarán a cabo el plan de comunicación, tanto para la elaboración de las publicaciones o post, como para el seguimiento en el análisis de los resultados y la medición del alcance del plan de comunicación.

RESPONSABLES

En Recursos Humanos los puestos responsables de la ejecución de la siguiente propuesta son:

Gerente de Talento Humano: encargado de velar por el cumplimiento de dichos lineamientos, como el seguimiento al cronograma establecido, además de llevar a cabo el análisis de los resultados de la evaluación realizada anualmente, para identificar cómo el personal a percibido dicha comunicación.

Especialista de Cultura: encargado de crear y publicar los posts, elaborándolos de forma creativa, así mismo, el seguimiento de las estrategias de comunicación que se llevarán a cabo para difundir el código de ética.

Especialista de Relaciones Laborales: encargado de velar por las reformas del código de ética y velar por el seguimiento al cumplimiento del mismo, basándose en los resultados que se obtengan de la evaluación, así mismo, será responsable de la elaboración de la cartilla semestral.

RECURSOS

Recursos Humanos: el recurso más importante, para llevar a cabo la ejecución de dicha propuesta. Este recurso estará integrado por el departamento de Recursos Humanos, específicamente, la Gerencia de Talento Humano, Área de Cultura y Área de Relaciones

Laborales, quienes serán los responsables de brindar el respectivo seguimiento al proceso de comunicación de los lineamientos del código de ética, la elaboración del contenido, la difusión y la evaluación de la respuesta de parte de toda la organización.

Recursos Económicos: para llevar a cabo dicha propuesta, no se tendrán recursos económicos, que causen un gran impacto, únicamente se solicitará inversión de tiempo de parte de las personas encargadas y el pago de plataformas de diseño, como Canva, Illustrator, entre otros, así mismo, la continuación de la inversión del pago de Workplace, como canal de comunicación interna, los cuales ya están contemplados en el presupuesto interno.

Recursos Materiales: se necesitará únicamente, computadora, celular, plataformas de diseño, Workplace y Correo Electrónico.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Por los tipos de jornadas que la empresa maneja, principalmente a nivel operativo, es difícil reunir al personal de forma presencial, es por eso que la empresa cuenta medios de comunicación digital, para trasladar información importante, derivado de ello, adecuando la propuesta a las necesidades de la organización, se determinó la utilización de los actuales canales de comunicación para compartir información sobre los lineamientos del código de ética, para ello se define a continuación:

Workplace: es una plataforma de Facebook, en dónde cada colaborador posee un perfil y puede interactuar a través de la aplicación que puede descargar en su celular, esta plataforma se utilizará como el medio de comunicación interna principal, para realizar publicaciones sobre alguna frase o artículo del código de ética, con el fin de que la notificación le llegue a cada colaborador y puedan interactuar.

Correo Electrónico: se utilizará con mayor frecuencia para los jefes inmediatos que poseen correo interno, para enviar recordatorios, en dónde se les indique que deben realizar el seguimiento adecuado al cumplimiento de las normas impuestas en el código

de ética, así mismo, ese será el medio por el cual se les notifique de las capacitaciones que se programarán.

DESARROLLO

El desarrollo de la siguiente propuesta, toma como base el aporte del autor (Berceruelo, 2013), explicada en los siguientes puntos a continuación:

- **Mensaje:** se determinará un mensaje que haga referencia algún lineamiento del código de ética, en forma creativa para captar la atención, este se realizará por Workplace, se tomarán ciertas partes del código de ética para que se publicarán, por ejemplo:

“Recuerda que en la empresa respetamos y valoramos a nuestros competidores, por lo tanto, no promovemos ninguna práctica o comunicación que busque afectar negativamente a nuestra competencia”

Así mismo, se realizarán publicaciones recordando quienes son los integrantes del comité de ética y el proceso de cómo pueden reportar algún caso de infracción de forma anónima, además del medio dónde pueden hacerlo.

- **Expectativa:** la expectativa siempre capta la atención de las personas, como en el Mercado, para cautivar la atención de los consumidores, se puede utilizar para obtener de la misma manera la de los colaboradores, y no únicamente para el lanzamiento de algo nuevo, sino también para su seguimiento.

Esta característica puede utilizarse cuando exista algún cambio en el código de ética, para comunicar la modificación, también como recordatorio que deben leerlo, o previo a realizar la evaluación anual correspondiente. Se realizará tomando en cuenta las siguientes características:

- Creatividad: para captar la atención de los colaboradores, utilizando colores adecuados, alineados a la marca empleadora.
- Planificación: se deben considerar los medios de comunicación, periodicidad en que se impartirá la información y quienes serán los encargados.
- Simplicidad: se debe causar intriga, para que el personal esté al pendiente.
- Concepto: el enfoque debe ser, que el personal conozca a profundidad el código de ética.

Ejemplo de expectativa:



Nota: Elaborado por Melody Avendaño, 2022.

- **Difusión:** será la acción de compartir la información a todo el personal sobre el código de ética, para ello se considerarán los medios de comunicación

mencionados anteriormente: Workplace y Correo Electrónico, para quienes tienen una licencia.

La Especialista de Cultura realizará los posts creativos, utilizando la paleta de colores de la marca empleadora, con la información pertinente, en medios de diseño gratuitos como canva, para posteriormente publicar y enviar por Workplace y el Correo Electrónico, estas herramientas tienen la función de programar envíos de correos y publicaciones, por lo que se programarán los mensajes.

Ejemplo de Post

RECUERDA EL CONTENIDO DE NUESTRO CÓDIGO DE ÉTICA:

1. NUESTRA RESPONSABILIDAD
2. CONFIDENCIALIDAD
3. MANEJO DE REDES SOCIALES
4. IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
5. VOLUNTARIADOS
6. ACOSO
7. RELACIONES ENTRE COLABORADORES
8. FAMILIA Y PARIENTES
9. CONFLICTO DE INTERES
10. REGALOS Y ENTRETENIMIENTO
11. CONSUMO DE ALCOHOL Y DROGAS



¡Somos Humanidad!

Nota: Elaborado por Melody Avendaño, 2022.

Ejemplo de Cartilla

¡Mi comité de Ética!

Recuerda que tienes un canal de comunicación para reportar cualquier situación que vaya en contra de nuestro código de ética dentro de la empresa o área de trabajo.

¿Cuál es ese canal y cuáles son los pasos para comunicarme?



- Al detectar algo que no es correcto, reportalo.
 - Escribe un correo electrónico a la siguiente dirección: lineaetica@empresa.com.
 - Te llegará un correo de confirmación y posteriormente el comité se pondrá en contacto contigo.
- y recuerda, tu reporte es anónimo.



¡Somos agentes del cambio!

Nota: Elaborado por Melody Avendaño, 2022.

- **Evaluación:** es importante medir si la respuesta de los colaboradores ante la información transmitida, para verificar si la comunicación ha sido satisfactoria, por lo tanto, para obtener dicha medición, se realizará una encuesta anual, con el fin de obtener resultados más eficientes y se podrá verificar el conocimiento del código y por ende su cumplimiento.

Dicha encuesta se realizará a través de un cuestionario, el cual se compartirá por medio de Workplace y Correo Electrónico, separado por colaboradores con personal y sin personal a cargo, con la finalidad de conocer ambas perspectivas. El cuestionario se realizará en un formulario de Microsoft para que las personas puedan tener fácil acceso y el análisis de los datos sea más amplio.

- **Periodicidad:**

Descripción	Acción	Periodicidad
Mensajes de expectativa	Cuando exista algún cambio en el código de ética.	Eventualmente
	Como recordatorio a todo el personal	Trimestral
Post	Una publicación con alguna frase o nota que haga referencia a la normativa del código	Mensual
Cartilla	Resumen del código de ética	Semestral
Formulario de Evaluación	para conocer si el personal a recibido bien la información, además de conocer el cumplimiento	Anual

CRONOGRAMA

La ejecución del plan de comunicación se hará en las fechas descritas en el cronograma a continuación, proyectando su aplicación en el año 2023, cabe mencionar que, para determinar las fechas indicadas, se consideraron factores como la operación de la organización en diversos meses del año:

Cronograma

Actividad	Fecha	Responsable
Elaboración de Mensajes de Expectativa	05/01, 05/04, 05/07 y 05/10	Especialista de Cultura
Evaluación anual	01/02/ – 15/02/	Especialista de Relaciones Laborales
Análisis de Evaluación	16/02/ - 28/02/	Gerente de Talento Humano
Elaboración de Post	En los primeros cinco días de cada mes	Especialista de Cultura
Publicación de Post	Del 6 al 10 de cada mes	Especialista de Cultura
Elaboración de Cartilla	Enero y junio de cada año	Especialista de Relaciones Laborales
Publicación y envío de cartilla	Enero y junio de cada año	Especialista de Cultura

ANEXO 2: GUÍA DE ENTREVISTA A GERENTE



Universidad de San Carlos de Guatemala
 Facultad de Ciencias Económicas
 Escuela de Estudios de Postgrado
 Maestría en Administración de Recursos Humanos



Guía de Entrevista Estructurada:

Como parte del estudio de Tesis de Maestría de la carrera de Administración de Recursos Humanos, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se llevará a cabo el estudio titulado "Propuesta de un plan de comunicación del código de ética para la correcta gestión del Talento Humano en una empresa privada dedicada a la producción y venta de alimentos del municipio de Guatemala, Departamento de Guatemala".

Para dicho estudio es importante recolectar información, con el objetivo de Identificar los valores y normas que la empresa posee para la regulación del comportamiento de los colaboradores. se agradece el tiempo y aporte brindado de antemano.

Instrucciones: Lea detenidamente los enunciados que se le presentan a continuación y responda o marque con una x, según corresponda la respuesta del entrevistado:

Lugar y Fecha:	
Puesto del Entrevistado	

1. ¿Cuáles son los valores que identifican a la empresa dentro de su filosofía?

2. ¿Fidelizan los valores con todo el personal de la organización?
 Si ¿Cómo? _____
 No ¿Por qué? _____

3. ¿La empresa actualmente cuenta con un código de ética?
 Si No

4. ¿Existen políticas internas relacionadas con el cumplimiento del código de ética?
- Si No
5. Si su respuesta fue afirmativa, ¿Cuáles son esas políticas?
- _____
- _____
6. ¿Cuentan con un medio de comunicación para dar a conocer los valores y políticas a los empleados?
- Si No
- ¿Cuál? _____
7. ¿Cuánto tiempo tiene el código de ética de estar vigente en la empresa?
8. ¿Cuentan con un comité de ética?
- Si No
9. ¿Cuántas personas integran el comité de ética?
10. ¿Cuál es el medio dónde los colaboradores tienen comunicación con el comité de ética?
- WhatsApp
- Correo Electrónico
- Otro _____
11. Explique brevemente cómo es el proceso de comunicación con el comité de ética:
- _____
- _____
12. ¿Han existido casos que vayan en contra del código de ética reportados al comité?
- Si No
13. ¿Procede alguna sanción cuando un colaborador infringe una norma descrita en el código de ética?
- Si No

14. ¿Cuentan con un plan de comunicación para difundir el código de ética?

Si No

15. Si su respuesta fue afirmativa ¿Cuál es ese plan?

16. ¿Considera asertiva la respuesta de los colaboradores hacía el código de ética?

Si No

17. Si su respuesta anterior fue negativa, ¿puede explicar por qué?

18. ¿De parte de Recursos Humanos brindan capacitaciones a los colaboradores sobre el código de ética?

Si No

19. Si su respuesta fue si, ¿Cuál es la periodicidad de las capacitaciones?

Trimestral

Semestral

Anual

Otro _____

ANEXO 3: ENCUESTA A COLABORADORES CON PERSONAL A CARGO



Universidad de San Carlos de Guatemala
 Facultad de Ciencias Económicas
 Escuela de Estudios de Postgrado
 Maestría en Administración de Recursos Humanos



Encuesta Código de Ética: Colaboradores con personal a cargo

Como parte del estudio de Tesis de Maestría de la carrera de Administración de Recursos Humanos, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se llevará a cabo el estudio titulado "Propuesta de un plan de comunicación del código de ética para la correcta gestión del Talento Humano en una empresa privada dedicada a la producción y venta de alimentos del municipio de Guatemala, Departamento de Guatemala".

Para dicho estudio es importante recolectar información, con el objetivo de determinar el cumplimiento del código de ética dentro de la organización. La información recolectada es de carácter confidencial, agradecemos el tiempo y aporte brindado de antemano.

Instrucciones: Por favor llene los espacios en blanco señalando con una x la respuesta que lo identifique:

1. ¿Conoce cuáles son los valores de la empresa?

Si No

2. Seleccione cuáles son los valores de la organización:

Honestidad	<input type="checkbox"/>
Respeto	<input type="checkbox"/>
Creatividad	<input type="checkbox"/>
Resiliencia	<input type="checkbox"/>
Felicidad	<input type="checkbox"/>
Humanidad	<input type="checkbox"/>

3. ¿Sabe qué es un código de ética?

Si No

4. ¿Conoce el código de ética de la organización?

Si No

5. ¿Cuál fue el medio dónde conoció el código de ética?

Workplace

Memo

Jefe inmediato

Otro _____

6. ¿Cuándo fue la última vez que escuchó sobre el código de ética en la empresa?

Un mes

Tres meses

Seis meses

Otro _____

7. ¿Considera que ha sido efectivo el proceso de comunicación del código de ética de parte de Recursos Humanos?

Si No

8. Si su respuesta fue negativa explique ¿Por qué?

9. ¿Considera que los medios de comunicación en dónde se da a conocer el código de ética son los correctos?

Si No

10. Si su respuesta fue negativa explique ¿Por qué?

11. ¿Le gustaría conocer más sobre el código de ética?

Si No

12. ¿Cuáles son los medios dónde considera se debe informar sobre las normas del código de ética?

Workplace

Papel

Correo electrónico

Otro _____

13. ¿Cuál es la periodicidad que considera adecuada para informar sobre el código de ética en la empresa?

Semestral

Trimestral

Anual

Otro _____

14. ¿Aplica las normas que impone el código de ética hacia las actividades de sus colaboradores?

Si

No

15. ¿Brinda seguimiento constante al cumplimiento de las normas existentes en el código de ética?

Si

No

16. ¿De parte de Recursos Humanos se le brinda capacitación sobre cómo aplicar las normas y políticas que el código de ética describe?

Si

No

17. ¿Existe resistencia ante las normas descritas en el código de ética de parte de su equipo?

Si

No

18. ¿Sabe si la empresa cuenta con un comité de ética?

Si

No

19. ¿Conoce quienes integran el comité de ética de la organización?

Si

No

20. ¿Conoce el medio dónde puede comunicarse con el comité de ética?

Si

No

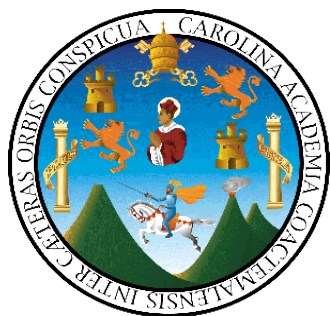
21. ¿Reporta al comité de ética cuando un colaborador infringe alguna norma del código de ética?

Si

No

¿Cómo? _____

ANEXO 3: ENCUESTA A COLABORADORES SIN PERSONAL A CARGO



Universidad de San Carlos de Guatemala
 Facultad de Ciencias Económicas
 Escuela de Estudios de Postgrado
 Maestría en Administración de Recursos Humanos



Encuesta Código de Ética: Colaboradores sin personal a cargo

Como parte del estudio de Tesis de Maestría de la carrera de Administración de Recursos Humanos, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se llevará a cabo el estudio titulado "Propuesta de un plan de comunicación del código de ética para la correcta gestión del Talento Humano en una empresa privada dedicada a la producción y venta de alimentos del municipio de Guatemala, Departamento de Guatemala".

Para dicho estudio es importante recolectar información, con el objetivo de conocer los medios de difusión que permiten que el conocimiento del código de ética sea posible dentro de la empresa y con base a ello determinar un plan de mejora para la comunicación del mismo. La información recolectada es de carácter confidencial, agradecemos el tiempo y aporte brindado de antemano.

Instrucciones: Por favor llene los espacios en blanco señalando con una x la respuesta que lo identifique:

22. ¿Conoce cuáles son los valores de la empresa?

Si

No

23. Seleccione cuáles son los valores de la organización:

Honestidad	<input type="checkbox"/>
Respeto	<input type="checkbox"/>
Creatividad	<input type="checkbox"/>
Resiliencia	<input type="checkbox"/>
Felicidad	<input type="checkbox"/>
Humanidad	<input type="checkbox"/>

24. ¿Sabe qué es un código de ética?

Si No

25. ¿Conoce el código de ética de la organización?

Si No

26. ¿Conoce las políticas internas relacionadas con el cumplimiento del código de ética?

Si No

27. ¿Cuál fue el medio dónde conoció el código de ética?

Workplace
Correo
En papel
Ninguno

28. ¿Cuándo fue la última vez que escuchó sobre el código de ética en la empresa?

Un mes
Tres meses
Seis meses
Nunca
Otro _____

29. ¿Considera que ha sido efectivo el proceso de comunicación del código de ética de parte de Recursos Humanos?

Si No

30. Si su respuesta fue negativa explique ¿Por qué?

31. ¿Considera que los medios de comunicación en dónde se da a conocer el código de ética son los correctos?

Si No

32. Si su respuesta fue negativa explique ¿Por qué?

33. ¿Conoce si existen sanciones por el incumplimiento del código de ética?

Si No

34. ¿Le gustaría conocer más sobre el código de ética?

Si No

35. ¿Cuáles son los medios dónde considera se debe informar sobre las normas del código de ética?

Workplace

Papel

Correo electrónico

Otro _____

36. ¿Cuál es la periodicidad que considera adecuada para informar sobre el código de ética en la empresa?

Trimestralmente

Semestralmente

Anuales

Otro _____

37. ¿Sabe si la empresa cuenta con un comité de ética?

Si No

38. ¿Conoce quienes integran el comité de ética de la organización?

Si No

39. ¿Conoce el medio dónde puede comunicarse con el comité de ética?

Si

No

40. ¿En alguna ocasión se ha comunicado con el comité para reportar algún caso?

Si

No

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población	24
Tabla 2 Conocimiento de la existencia del comité de ética	30
Tabla 3 Efectividad del proceso de comunicación del Código de Ética	36
Tabla 4 Periodicidad para informar sobre el código de ética	37
Tabla 5 Entrevista sobre existencia del Código de Ética	40

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 División de la Ética.....	9
Figura 2 Relación de la ética con la cultura, el clima y la RSC	14
Figura 3 Conocimiento del Código de Ética, de colaboradores sin personal a cargo ...	26
Figura 4 Medio dónde conocieron el Código de Ética colaboradores sin personal a cargo.....	27
Figura 5 Conocimiento del Código de Ética, de colaboradores con personal a cargo ..	28
Figura 6 Medio dónde conocieron el Código de Ética colaboradores con personal a cargo.....	29
Figura 7 Aplicación de las normas del Código de Ética.....	31
Figura 8 Seguimiento al cumplimiento del Código de Ética.....	32
Figura 9 Resistencia ante las normas del Código de Ética.....	33
Figura 10 Comunicación de los jefes inmediatos al comité de ética sobre las normas no cumplidas del código de ética	34
Figura 11 Existencia de un plan de comunicación para difundir el código de ética	35
Figura 12 Medios importantes para informar sobre el Código de Ética según colaboradores sin personal a cargo	38
Figura 13 Medios importantes para informar sobre el Código de Ética según colaboradores con personal a cargo	39