

Ética empresarial y responsabilidad ambiental en las empresas

Business ethics and environmental responsibility in companies

  Cecilia del Carmen Barboza Salazar¹

  Jaime Francisco Silva Rojas¹

  Carlos Oswaldo Soto Torres¹

¹ Universidad Señor de Sipán – Lambayeque, Perú

Fecha de recepción: 15.07.2024

Fecha de revisión: 22.08.2024

Fecha de aprobación: 27.09.2024

Como citar: Barboza Salazar, C., Silva Rojas, J. & Soto Torres, C. (2024). Ética empresarial y responsabilidad ambiental en las empresas. *UCV HACER*, 13(3), 55-65. <https://doi.org/10.18050/revucvhacer.v13n3a5>

Autor de correspondencia: Cecilia del Carmen Barboza Salazar

Resumen

La presente investigación aborda la temática de la ética empresarial y la responsabilidad ambiental, pilares fundamentales para aquellas empresas que pretenden contar con un desarrollo sostenible y competitivos. La ética empresarial implica proceder con transparencia, integridad y respeto hacia todos los públicos de interés y defensa de prácticas justas. Resulta, por su parte, la responsabilidad ambiental que asuma estrategias que reduzcan su impacto ecológico, como la disminución de las emisiones, fomentar la economía circular o la utilización de recursos renovables. El reconocimiento por parte de las empresas que proceden integrando tales valores, no resulta sólo en forma de una mejora y reputación, sino que también propicia una consolidación de su posición de mercado, respondiendo a las exigencias de consumidores y reguladores por una cultura empresarial más justas. El estudio tuvo por objetivo fomentar la sostenibilidad y el crecimiento responsable de las empresas a través de la integración de prácticas éticas y ambientalmente responsables en sus operaciones y decisiones estratégicas. Los resultados reflejan avances iniciales en la implementación de prácticas éticas y ambientales, además de reconocer las áreas claves que necesitan ser fortalecidas y temas importantes a considerar como ética, el dialogo interno y externo en la integración estratégica de políticas de sostenibilidad.

Palabras clave: Ética empresarial, responsabilidad ambiental, desarrollo sostenible, competitividad, integridad, transparencia y respeto.

Abstract

This research addresses the topic of business ethics and environmental responsibility, fundamental pillars for those companies that aim to have sustainable and competitive development. Business ethics involves proceeding with transparency, integrity and respect towards all stakeholders and defense of fair practices. For its part, environmental responsibility results from assuming strategies that reduce its ecological impact, such as reducing emissions, promoting the circular economy or the use of renewable resources. Recognition by companies that integrate such values not only results in an improvement and reputation, but also promotes a consolidation of their market position, responding to the demands of consumers and regulators for a fairer business culture. The study aimed to promote the sustainability and responsible growth of companies through the integration of ethical and environmentally responsible practices in their operations and strategic decisions. The results reflect initial advances in the implementation of ethical and environmental practices, in addition to recognizing the key areas that need to be strengthened and important topics to consider such as ethics, internal and external dialogue in the strategic integration of sustainability policies.

Keywords: Business ethics, environmental responsibility, sustainable development, competitiveness, integrity, transparency and respect.

INTRODUCCIÓN

El progresivo cuidado hacia la conducta ética de las compañías y su responsabilidad ambiental manifiesta la inquietud por amortiguar los golpes perjudiciales que las diligencias colectivas logran formar en el entorno. Auténticamente, el progreso razonable se pensaba como una guía para todas las diligencias humanas, pero los requerimientos presentes piden no solo sostenibilidad, sino también un acatamiento ético riguroso en diferentes contextos, un análisis bibliométrico actual pone de manifiesto, por un lado, que el estudio de la conducta ética ha pasado a un nivel de profundización (en términos de la investigación entorno a; el consumo, conducta del liderazgo, la distribución empresarial) y, por otro lado, que Estados Unidos y el Reino Unido son los países que más han investigado esta temática (Vu Lan et al., 2024).

Sin embargo, a pesar de que se pueda ver como una utilización creciente, se sigue observando un vacío sobre la claridad de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) con un componente ético en un contexto internacional. A nivel académico, la literatura existente tampoco ha evolucionado a un estado de gran exhaustividad que permita hablar de la RSE junto a los cuestionamientos éticos de las empresas y las personas en un contexto internacional. La ambigua claridad sobre este hecho impide la búsqueda de normas éticas que puedan guiar las informaciones colectivas con mayor seguridad, algo que aseguraría que las distribuciones puedan tener que enfrentar la dificultad de poner en la relación sus experiencias con la ética comercial y la de la sostenibilidad (Ali et al., 2024).

Por el contrario, la acción de la ética de la virtud en el entorno laboral ha sido reconocida como una acción que puede ser un importante vehículo para la promoción de personalidades laborales que, a la hora de ser ajustadas, puedan construir un ambiente de trabajo tanto efectivo como justo. En el negocio del retail, por ejemplo, el comportamiento honesto de los compradores puede influir claramente en el agrado y la persistencia del personal un asunto clave en un contexto de escasez de trabajadores. La inexactitud de investigación de esta orientación en el sector recalca la insuficiencia de completar la ética de la virtud en el mandato organizacional para originar el deleite y la obligación del personal (Mayr y Teller, 2024).

La ética corporativa y la responsabilidad ambiental afrontan desafíos reveladores, fundamentalmente en un ambiente marcado por dificultades endémicas de corrupción e incumplimiento. A pesar de la excelencia de estos temas, la mayoría de las compañías en el país no poseen una orientación consecuente en la ejecución de experiencias éticas. Un estudio reciente reveló que la mayoría de las grandes empresas del Perú no cuentan con al menos una práctica ética, y las políticas más comunes son certificaciones estandarizadas, códigos de conducta y líneas de denuncia. La falta de una composición adecuada de las políticas circunstanciales, como lo señalan (Pasco et al. en 2022), resulta en una postura dividida que está influenciada por el tamaño y el sector de distribución. La falta de evidencia concreta y ética sugiere que una mayor deuda colectiva no es suficiente. Adecuado para abordar estas inquietudes de manera integral.

Además, las disparidades socioeconómicas del país dificultan que las empresas implementen iniciativas de responsabilidad social y ambiental. La disputa por la marca 'pura vida' que involucra a la empresa gloria pone de relieve cómo la ética empresarial puede ser inconsistente, lo que lleva a una disminución de la opinión pública. Los hallazgos del estudio indican que la ausencia de bienestar socioeconómico obstaculiza la capacidad de las empresas y la sociedad para implementar políticas efectivas de ética y responsabilidad ambiental, limitando así los efectos positivos de tales iniciativas. La exigencia de un entorno favorable resalta la importancia de crear marcos éticos más estables y coherentes para las empresas del país (Peñaflor-Guerra et al., 2020).

En contraposición, hay un aumento en la presión de los consumidores más jóvenes, tales como los millennials y la Generación Z, quienes aprecian cada vez más la conducta ética y responsable con el medio ambiente de las compañías. De acuerdo con una investigación reciente, estos consumidores en Lima buscan productos y servicios de alta calidad, además de mostrar un compromiso evidente con la sostenibilidad y el bienestar social. Esta nueva tendencia de consumo está obligando a las empresas a desarrollar estrategias de responsabilidad social y programas ambientales que respondan a las expectativas de estas generaciones, forzando a las organizaciones a adaptarse a un mercado más informado y exigente (Ramírez et al., 2024).

En el contexto local, las empresas del sector alimentario enfrentan serios desafíos en cuanto a su responsabilidad ambiental y ética empresarial, especialmente por las emisiones de contaminantes químicos y gaseosos durante sus procesos productivos. Gases como el dióxido de carbono y el metano, ambos contribuyentes al cambio climático, así como los óxidos de nitrógeno, responsables de la lluvia ácida, son liberados como subproductos de la fermentación, digestión anaerobia y quema de residuos. Además, la liberación de compuestos orgánicos volátiles durante el uso de conservantes y disolventes genera smog fotoquímico, afectando la calidad del aire y la salud pública. A esto se suma la emisión de amoníaco (NH_3) y partículas finas en la producción de carne y lácteos, que incrementan el riesgo de enfermedades respiratorias en las comunidades aledañas.

Asimismo, el manejo inadecuado de efluentes industriales y la falta de tecnologías de tratamiento de residuos líquidos pueden causar la liberación de sulfuro de hidrógeno (H_2S) y compuestos de cloro en cuerpos de agua, provocando la eutrofización y deterioro de los ecosistemas acuáticos. Además, el uso de clorofluorocarbonos y hidrofluorocarbonos en sistemas de refrigeración sigue siendo un problema persistente que contribuye tanto al calentamiento global como al daño de la capa de ozono. Ante esta realidad, las empresas alimentarias locales deben adoptar prácticas más limpias y sostenibles para gestionar sus emisiones y minimizar su impacto ambiental, fortaleciendo así su compromiso ético con la comunidad y el entorno natural.

En relación a la investigación previa, el estudio de Ben y Francoeur (2024) estudia la relación entre la ética corporativa y la dirección de la responsabilidad informativa en entidades no financieras. Para ello, empleó teorías deontológicas, de la virtud y de la ética correspondiente. La metodología utilizada fueron estudios multivariantes de regresión, cuya base son 5276 observaciones de 780 empresas de Estados Unidos, donde se estudió el efecto del compromiso ético en la dirección y la precisión de las proyecciones de los analistas financieros. El estudio halló una mejora positiva en el tenor de una alta ética corporativa y la dirección del ambiente informativo de las empresas, lo que trajo consigo proyecciones más certeras y un consenso aumentado entre los analistas. Por último, el compromiso ético de la empresa ayuda

en la dirección de la información y mejora la función de los analistas de los mercados.

La investigación de Triwacananingrum et al., (2024), estudia la manera en que la divulgación de ética corporativa (BED) afecta la divulgación, así como el desempeño ambiental, social y de gobernanza (ESG) de la información corporativa y el valor de las empresas listadas en la Bolsa de Valores de Indonesia. Una investigación de diversos retrocesos estudia la relación entre BED, la ocupación y el valor colectivo. Los avances hallaron que la difusión ética determina considerablemente la valoración de las informaciones y el valor de la empresa resaltando que las ventajas de las experiencias también intervienen en su evaluación. Por último, el estudio enfatiza el contenido de la publicidad ética en la experiencia con el fin de incrementar el valor de la empresa, clarificar y dar confianza al inversor.

El estudio llevado a cabo por Metsiou et al. (2024) explora la relación existente entre la ética colectiva y la diligencia establecida sobre la taxonomía verde, en el contexto de las organizaciones de la región de Macedonia Occidental, apreciando la forma en la que ambas componentes institucionales contribuyen a las metas de sostenibilidad. Por medio de un procedimiento cuantitativo sustentado en un cuestionario estructurado, se recogieron datos primarios y se realizaron pruebas descriptivas con la finalidad de valorar el contexto en que las políticas ecológicas se llevaban a cabo en la región. Los resultados indicaron que las organizaciones de esta región del norte de Grecia, a pesar de su existencia de códigos éticos y de certificaciones ISO, aún mantendrían una importante distancia en la aplicación efectiva de las políticas medioambientales. Sin embargo, se indica un notable potencial por parte de las organizaciones para llevar a cabo experiencias sostenibles y de su alineación con la taxonomía verde que mida su progreso hacia la sostenibilidad. Para finalizar, el estudio revela que la composición es factible.

En una investigación de Carranza, (2023) se analizó la opción de aplicar un modelo de administración en una compañía del sector alimentario en Lima, Perú, con el objetivo de potenciar la ética corporativa y la responsabilidad ecológica en la administración de desechos orgánicos y en sus procesos de producción. A través de un análisis econométrico utilizando

los modelos Logit y Probit, se recopilaban datos de 150 trabajadores y 300 consumidores para examinar las situaciones internas y externas de la organización. Los descubrimientos evidenciaron una alta probabilidad de poner en práctica prácticas sustentables (85%, 92% y 88% según los escenarios analizados), lo que demuestra un compromiso creciente con la mejora de sus procesos productivos y la reducción de su impacto en el medio ambiente. Aunque la empresa se encuentra en una etapa inicial, se nota que se están llevando a cabo modificaciones.

En la investigación realizada a cabo por Pasco et al. (2022) se examina la aplicación de prácticas vinculadas a la ética corporativa y su fluctuación dependiendo del tamaño y sector de las empresas más importantes en el Perú, en un entorno caracterizado por elevados grados de corrupción e informalidad. A través de un enfoque de observación estructurada, se examinan las prácticas éticas registradas en los sitios web de 365 compañías, escogidas de manera aleatoria entre las 10,000 más relevantes del país. Se reconocen seis tipos fundamentales de prácticas: instrumentos de regulación interna, reglamentos externos, oficinas especializadas, actividades de formación, procesos de denuncia y sistemas de control. Los hallazgos mostraron que únicamente una de cada seis compañías denunciadas al menos un comportamiento ético, siendo las prácticas más habituales las certificaciones estandarizadas, códigos de ética y líneas de denuncia. Para concluir, a pesar de que las compañías con diversas prácticas suelen implementarlas de forma consistente, todavía hay una implementación restringida, lo que resalta la importancia de robustecer el compromiso ético en el ambiente empresarial peruano para fomentar un crecimiento más responsable y claro.

En el estudio realizado a cabo por (Ricardo et al., 2024), se realizó una investigación cuantitativa descriptiva con el objetivo de reconocer las prácticas vinculadas con la ética corporativa y la responsabilidad ecológica en el sector de exportación agropecuaria de Lambayeque. La indagación contuvo a 16 empresas de exportación de alimentos apartadas mediante un muestreo no aleatorio por utilidad. Para aprobar la confianza de las herramientas, se utiliza el coeficiente V de Aiken (0,95), sumado al Alpha de Cronbach (0,85), para calcular su confianza. Los hallazgos demostraron un intento de perfeccionar el

manejo de recursos y la dirección de desechos, aunque se predominó la categoría de robustecer las políticas internas para inducir la ejecución de experiencias éticas y amigables con el medio ambiente en el sector industrial.

Pregunta central de la investigación:

¿Cómo se relaciona la Ética empresarial y la responsabilidad social en el Sector Agroindustrial?

Objetivo general de la investigación:

Fomentar la sostenibilidad y el crecimiento responsable de las empresas a través de la integración de prácticas éticas y ambientalmente responsables en sus operaciones y decisiones estratégicas.

Objetivos específicos de la investigación:

Fomentar la transparencia en la comunicación de información sobre el desempeño ambiental y ético de la empresa, incluyendo informes de sostenibilidad detallados y accesibles para todas las partes interesadas

Implementar un plan de reducción de emisiones de carbono que alcance al menos un 30% menos de emisiones directas para 2030, mediante la adopción de tecnologías limpias y eficiencia energética en los procesos productivos.

Lograr que el 100% de los empleados reciban capacitación anual en ética empresarial y sostenibilidad, promoviendo la toma de decisiones responsables y el compromiso con las políticas ambientales internas.

Justificación del estudio:

La responsabilidad ambiental y ética empresarial son importantes porque son factores importantes que poseen un golpe explicativo en el desplazamiento de una organización para adquirir y seguir siendo sustentable. Factores que poseen un golpe explicativo en el desplazamiento de una organización para adquirir y seguir siendo sostenible. Las distribuciones que utilizan ética y las prácticas ambientalmente responsables no sólo perfeccionan su reputación, sino que también cautivan a compradores sensatos, trabajadores calificados y socios comerciales que valoran la adhesión a estos principios. Su nombradía, sino que también atraen a consumidores conscientes, trabajadores calificados y socios comerciales que valoran la adhesión a estos principios. La

transparencia, el trato justo a los empleados y la integridad en las operaciones comerciales son componentes de la ética empresarial que fomentan la confianza y fortalecen los vínculos con las partes interesadas y los clientes. La integridad en las operaciones comerciales son todos componentes de la ética empresarial, que fomentan la confianza y fortalecen los vínculos con las partes interesadas y los clientes.

Las empresas deben emplear recursos con prudencia para evadir las repercusiones legales y proteger su reputación, ya que la población desea que muestren una mayor gestión ambiental. Dado que la gente desea que cuiden nuestra Tierra, es esencial gestionar los recursos adecuadamente. Las corporaciones deben actuar moralmente por el planeta, reducir los contaminantes y salvaguardar sus activos para mantener un buen nombre y cumplir con las normas legales.

En cuanto a la Hipótesis se tiene a la hipótesis general (H0) No existe relación entre las variables de ética empresarial y responsabilidad ambiental en el sector alimentario. Y la hipótesis alterna (H1) Si existe relación entre las variables de ética empresarial y responsabilidad ambiental en el sector alimentario. Luego en cuanto a las hipótesis específicas tenemos a la H0: No existe relación entre las dimensiones de ética empresarial y responsabilidad ambiental en el sector alimentario. H1: Si existe relación entre las dimensiones de ética empresarial y responsabilidad ambiental en el sector alimentario.

Teorías relacionadas

La ética empresarial

Es el conjunto de principios y valores que colocan la conducta de las entidades en la toma de disposiciones y el progreso de sus sistematizaciones productivos. Se basa en el amparo de conductas decentes, comprometidos y justas en el ambiente colectivo, afirmando que las acciones de la compañía no solo se formen con los objetivos económicos, sino también con las perspectivas éticas de sus grupos de utilidad. Este principio incluye aspectos como la integridad, la transparencia y la observancia de las leyes, originando un ambiente empresarial donde las relaciones con los empleados, clientes, proveedores y la comunidad se establecen en la confianza y el respeto mutuo (Olaya et al., 2024).

La ética empresarial tiene una importante repercusión en el desarrollo razonable de las distribuciones, toda vez que genera la creación de valor a largo plazo y protege la imagen de la organización. Un compromiso fuerte con la ética empresarial permite a las organizaciones establecer vínculos relevantes con los sujetos de derecho, lo cual implica la fidelización de los clientes, la implicación de los empleados o la credibilidad ante los inversores. A su vez, un compromiso ético contribuye a limitar las posibilidades de que se materialicen conductas antisociales o fraudulentas, que eran consecuencia de hacer salir fortalecida la estabilidad y la sostenibilidad de la empresa (Canales, 2018).

La ética empresarial se halla profundamente vinculada al compromiso social corporativo, dado que aprovecha de base para el establecimiento de políticas y prácticas que buscan beneficiar a la ciudadanía y hacer frente al ecosistema. Una corporación con un enfoque ético no solo se concentra en su desempeño económico, sino también en ayudar de forma positiva en la sociedad, adoptando prácticas justas y transparentes en toda su cadena de valor. Por consiguiente, la ética corporativa se convierte en un pilar fundamental para abordar prácticas seguras y ordenadas en la prosperidad de todos los grupos de interés (Rincón-Orozco et al., 2019).

Para Orozco (2020), las dimensiones asumidas en la ética corporativa permiten facilitar la evaluación total de su implementación e incluyen diversos elementos clave, entre los que se encuentra la Transparencia Organizacional. Hace mención a la total transparencia en la comunicación y la difusión de datos relevantes tanto para los distintos trabajadores como para los interesados. Se trata de mantener al tanto a todos los interesados de las posibilidades, determinaciones y prácticas de la distribución, intentando omitir las actuaciones que puedan derivar en obscurantismos o en la desinformación. Así mismo, la Cumplimiento de Normativas y Legislaciones: Se dirige a la forma en que cualquier práctica de la compañía cumple con la normativa y la legislación vigente tanto a nivel local como mundial. La observancia de los procedimientos no solo abarca el sector de producción, sino que también abarca el entorno laboral.

La responsabilidad ambiental

Es la obligación que tienen las empresas de negociar sus sistematizaciones de tal forma que disminuyan al máximo el impacto negativo en el medio ambiente. Este principio se basa en la práctica de realizar actividades productivas siendo sostenible y ecológica: aquellas que protegen los recursos naturales, disminuyen la contaminación y preservan la biodiversidad. No se limita a hacer cosas, también abarca una actitud positiva por la mejora de forma constante en técnicas rentables para lograr un entorno más fuerte y lógico (Vaquero y Gallo, 2020).

La responsabilidad ecológica es un elemento clave en la evolución hacia la sostenibilidad, ya que las actividades productivas tienen un impacto importante sobre el medio natural. Las prácticas ecológicamente responsables no solo permiten a las empresas cumplir con la normativa existente, sino que mejoran su imagen y establecen relaciones con consumidores y otros inversores que estén conscientes del impacto que tienen sobre el medio ambiente. A su vez, una gestión adecuada de los recursos y una reducción de los residuos permitirían llegar a lograr ahorros importantes y potenciar la eficiencia del trabajo a largo plazo (Mazón y Orriols, 2018).

Es necesario incluir la responsabilidad ecológica en las estrategias de la empresa para favorecer el aprovechamiento de los recursos y reducir el cambio climático. Las empresas que llevan a cabo acciones medioambientales colaboran a disminuir la huella de carbono, mejoran la calidad del aire y de agua, así como impulsan el crecimiento de comunidades más sanas. Desde el punto de vista estratégico, esta obligación permite a las organizaciones que estas alineen sus objetivos con los principios de sostenibilidad a nivel mundial, como el caso de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Herrera, 2019).

Los obstáculos principales para implementar prácticas ambientalmente responsables son los altos costes iniciales y la atención de habilidades específicas. Sin embargo, dichos obstáculos pueden ser superados mediante la cooperación y la innovación tecnológica. Las oportunidades que existen para las empresas que asumen su responsabilidad ambiental son importantes: pueden obtener financiación sostenible, atraer consumidores ambientalmente responsables y diferenciarse en el mercado. También las buenas políticas ambientales ayudan a las empresas a

prepararse para futuras normas más estrictas (Marrugarra-Retamozo, 2021).

Combatiendo la Polución: se refiere al uso de tecnologías respetuosas con el medio ambiente y la aplicación de procesos para disminuir la producción de residuos peligrosos, las emisiones de gases contaminantes y los vertidos perjudiciales para el medio ambiente. También la eficiencia en la utilización de los recursos: significa la disminución del uso de energía, agua y materias primas, mejorando los procedimientos que disminuyen el despilfarro y fomentando la reutilización y el reciclado. Asimismo, la Gestión de Residuos: Incorpora la correcta organización, tratamiento y reciclaje de los residuos generados durante las actividades productivas, asegurando que no se produzcan daños al suelo, al aire o al agua. Asimismo, la Protección de la Biodiversidad: Implica acciones para salvar la fauna y la flora locales, previniendo el deterioro.

MATERIAL Y MÉTODO

Enfoque

El enfoque cualitativo resulta particularmente valioso para analizar intersección entre ética y responsabilidad medioambiental de las empresas ya que ofrece una comprensión rica, flexible y contextualizada de la forma en que las empresas incorporan estas cuestiones en su funcionamiento. Este enfoque ayuda a descubrir las experiencias o las visiones de los directivos de la empresa, pero también las características o las estrategias aplicadas a la hora de abordar los retos éticos y medioambientales. Esto, enmarcado en un entorno socioeconómico, cultural y organizativo diferente, permite ofrecer una visión más completa sobre los factores que favorecen o obstaculizan la implantación de prácticas. Con esta óptica es posible descubrir cómo las empresas llegan a encontrar dilemas éticos que están en relación con la sostenibilidad de la gestión de recursos naturales o la reducción del impacto ecológico, mientras continúan respondiendo las demandas económicas y sociales. De igual modo, también permite descubrir cómo se pueden ir estableciendo estrategias éticas y medioambientales y la forma en que pueden ser modificadas por el contexto cultural o económico, de forma que su desarrollo tenga un impacto positivo sobre las

organizaciones y las poblaciones a las que se dirigen. En este sentido, el enfoque cualitativo se convierte en una de las herramientas más importantes para el desarrollo de una dirección de la empresa que no sólo contemple el éxito económico, sino también la sostenibilidad medioambiental y la mejora del bienestar social.

Diseño

Los conceptos de ética empresarial y responsabilidad ambiental son fenómenos complejos y multifacéticos, que requieren de un diseño flexible y no experimental para poder explorar su puesta en práctica y conocer los factores que las determinan. Un diseño no experimental permite ir conociendo la pluralidad de estrategias y decisiones que toman las empresas con respecto a las cuestiones que planeamos estudiar, en lugar de ir implantando variables controladas que puedan ir limitando la búsqueda de las realidades tal y como son.

El enfoque fue cualitativo flexible empleando técnicas como la entrevistas a profundidad, grupos de discusión, observación participante y análisis de documentos, las cuales son las más indicados para recoger la riqueza de experiencias y perspectivas de los actores clave que intervienen en la adopción de prácticas éticas y sólidas. La flexibilidad en el uso e implementación de la investigación permite ir adaptando los métodos a la serie de características de los contextos económicos, culturales y organizativos de cada empresa, para contextualizar cómo se van integrando en los mecanismos de funcionamiento igualmente éticos y ambientales. Esta investigación permite una lectura holística de cómo funcionan los mecanismos que están asociados al impulso de la sostenibilidad del tejido corporativo, así como también de los problemas emergentes a los que se enfrentan las empresas para integrar los objetivos económicos con el de poder dar respuesta a su responsabilidad.

RESULTADOS

a. Sección 1. Ética Empresarial

En el futuro que nos espera en 2024, la ética empresarial es un elemento clave en la carrera por conseguir el éxito y la sostenibilidad del modo de hacer negocios en un mundo global competi-

vo. Las organizaciones están deseando invocar principios que den prioridad a la transparencia, la justicia y el respeto en todas sus interacciones con sus empleados, con sus clientes, con sus proveedores y con las comunidades en las que se inserten. Esta visión de la ética empresarial va más allá del ámbito del cumplimiento de leyes y de normativas, sino que incluye la voluntad de promover valores como la honestidad, la responsabilidad social, la integridad en cada decisión y nueva estrategia operativa. La confianza que se puede llegar a generar cuando se mantienen altos estándares de la ética empresarial.

b. Sección 2. Responsabilidad Ambiental

La responsabilidad medioambiental ha pasado en un tiempo récord de ser una elección, esta ha pasado a ser un imperativo estratégico para las empresas. En un contexto de cambio climático y de regulaciones más sofisticadas, las organizaciones tienen que obligarse a aceptar prácticas que limiten su impacto ecológico, que abarque el uso de energías renovables, la economía circular y la minimización de residuos. Esta propuesta no sólo ayuda a preservar el medioambiente, sino que otras también consecución de ventajas competitivas al atraer consumidores más concienciados y a satisfacer las expectativas de los inversores y de los reguladores. En 2024, las empresas que consigan entrelazar la ética empresarial con la responsabilidad medioambiental estarán mejor posicionadas para liderar en un mercado global que exige cada vez más la sostenibilidad.

c. Sección 3. Intersección entre Ética y Responsabilidad Ambiental

La intersección entre ética empresarial y responsabilidad ambiental en 2024 representa un enfoque integral donde las empresas no solo buscan maximizar sus beneficios, sino también generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. Este enfoque combina principios éticos, como la integridad y la equidad, con estrategias ambientales que reducen el impacto ecológico, promoviendo prácticas sostenibles y respetuosas con los recursos naturales. Al adoptar esta visión, las empresas establecen un modelo de negocio más humano y consciente, alineado con las expectativas de una sociedad cada vez más informada y demandante de responsabilidad corporativa. Para las personas, este enfoque tiene un impacto directo y significativo. Los consumidores se benefician de productos y servicios diseñados con responsabilidad, desde la producción hasta el consumo final, garantizan-

do calidad y sostenibilidad. Los colaboradores, por su parte, se encuentran en estas empresas un entorno laboral más ético y motivador, donde los valores y la sostenibilidad son una prioridad. Además, la comunidad en general se ve favorecida por iniciativas corporativas que protegen el medio ambiente, mejoran la calidad de vida y promueven el desarrollo local. En 2024, la convergencia entre ética y responsabilidad ambiental no solo redefine la manera en que operan las empresas, sino también el impacto positivo que tienen en las personas y en el planeta.

d. Sección 4. Impacto en el futuro

El impacto futuro de la ética empresarial y la responsabilidad ambiental en las empresas será determinante para construir un modelo económico más sostenible y equitativo. A medida que las compañías integran prácticas éticas y ambientales en su estrategia, se posicionan como agentes de cambio en un mundo que enfrenta desafíos globales como el cambio climático, la desigualdad social y la escasez de recursos naturales. Estas empresas no solo garantizarán su propia sostenibilidad a largo plazo, sino que también contribuirán al desarrollo de comunidades más resilientes y economías circulares, donde los recursos se reutilizan de manera eficiente, minimizando el desperdicio. Además, el compromiso ético y ambiental moldeará las expectativas de las generaciones futuras, quienes exigirán mayor responsabilidad de las organizaciones con las que interactúan. Los mercados del futuro estarán liderados por empresas que no solo producirán bienes y servicios, sino que lo harán bajo estándares de sostenibilidad e inclusión. Este enfoque será clave para atraer talento, fidelizar consumidores conscientes y garantizar la lealtad de los inversores interesados en iniciativas de impacto positivo.

DISCUSIÓN

En el contexto actual de desarrollo sostenible y expectativas sociales crecientes, el vínculo entre la ética empresarial y la responsabilidad ambiental en la industria alimentaria parece crucial. De la revisión teórica y empírica se desprende que la implementación de prácticas éticas en las empresas de alimentos no solo mejora sus características ecológicas, sino que también fortalece sus relaciones con los

stakeholders y las comunidades locales.

Si el análisis de los datos concluye que solo un 16,7% de las empresas peruanas importantes aborda prácticas de ética empresarial, ello demuestra a las claras una falta evidente y muy concreta de incorporar prácticas de ética empresarial en el entorno organizacional (Pasco et al., 2022). En este mismo sentido se encuentra el problema que deriva de la investigación, donde la informalidad y los casos de corrupción, cuando no el proceso regulado de las conductas de los ciudadanos o de la ética en los negocios, están detrás del mantenimiento de unas políticas que no acaban por concretarse en códigos éticos claramente contemplados en el nivel de las organizaciones. La falta de estas prácticas causa después problemas de falta de credibilidad o sostenibilidad de las organizaciones, es decir, menosprecian la reputación y la confianza de los consumidores (Ali et al., 2024). Para el caso de la investigación de Ben y Francoeur (2024), el compromiso ético mejora la calidad de las previsiones financieras y genera un consenso entre analistas optimistas. Esto pone de manifiesto que la ética empresarial no solo es un recurso de la responsabilidad social, sino que, si las organizaciones lo sienten así, serán condiciones para un crecimiento sostenible. En consecuencia, una de las finalidades del presente estudio y su primer objetivo específico viene en llamar la atención sobre la capacitación en ética dentro de las organizaciones para mejorar la transparencia y la justicia.

Los resultados muestran, en cuanto a los esfuerzos por reducir la contaminación y gestionar los residuos, que solamente el 20% de las empresas agroindustriales locales toman en cuenta medidas efectivas. Esto pone en evidencia la desconexión existente entre las directrices ambientales por medio de las cuales se están desarrollando las solicitudes regionales y las acciones que se están llevando a cabo en el seno de estas organizaciones. Agravando el problema, hacen falta tecnologías de tratamientos de residuos y la adopción de tecnologías limpias es escasa, situaciones que incrementan la insostenibilidad del medio ambiente y asientan lo que se pueden leer en el trabajo de Metsiou et al. (2024) en cuanto a la producción de investigaciones a nivel internacional. Para hacer frente a esta situación, el objetivo específico de reducir un 30% de las emisiones de carbono para 2030 cobra importancia. Seguir una dirección y tecnologías limpias, así como unos procesos más

eficientes, podría ayudar a reducir el impacto ambiental, a la vez que podría colocar a las empresas locales como empresas responsables en un contexto con más exigencias. Por otra parte, este tipo de esfuerzos deben estar acompañados de estrategias educativas que lleven a los trabajadores a sensibilizarse en torno a la importancia que tiene el hecho de ser sostenible, algo que se alinea con la propuesta de sensibilización ambiental que se cita en este trabajo.

Un hallazgo significativo que se extrae de los resultados es que el 60% de los trabajadores consideran que existe una deficiencia en la claridad y en el detalle que ofrecen sus empresas sobre sus prácticas éticas y medioambientales, lo que manifiesta que es necesario reforzar la transparencia organizacional, aspecto fundamental para aumentar la confianza y el compromiso de los trabajadores (Orozco, 2020) y que sin una buena comunicación, estas iniciativas éticas y medioambientales quedan sin consistencia y sin credibilidad tanto para los miembros internos, como para las personas que están fuera de la organización. El objetivo específico que se trata de perseguir mediante la promoción de informes de sostenibilidad que sean accesibles y en detalle, está en relación directa con la búsqueda de la reducción de este. Estudios como el de Triwacananingrum et al. (2024) han demostrado que una correcta divulgación de la ética y del medioambiente está relacionada con una percepción positiva de las empresas y contribuye a la fijación de la confianza de los inversores. Por esta razón, implementar mecanismos accesibles y claros para comunicar estas prácticas ayudará no solo a los trabajadores, sino que aumentará también la percepción pública de la empresa.

La gran parte de las entidades de la industria han asumido compromisos iniciales con prácticas de éticas y ambientales, aun que es necesario fortalecer la implementación, la capacitación y el dialogo fluido para lograr niveles más sólidos y sostenibles de ética responsable y ambiental. Dentro de estos avances no solo es ayudar a las empresas, sino que también contribuir al bienestar social y ambiental.

CONCLUSIÓN

En resumen, la estrecha línea entre responsabilidad ambiental y ética empresarial en la industria alimentaria es esencial para promover el desarrollo sostenible y satisfacer las crecientes expectativas sociales. En cuanto a los resultados alcanzados reflejan avances iniciales en la implementación de prácticas éticas y ambientales, pero también muestran áreas claves que necesitan ser fortalecidas, como la capacitación en ética, el dialogo interno y externo en la integración estratégica de políticas de sostenibilidad. A pesar de los esfuerzos activos de la empresa por emplear materiales reciclables y controlar las emisiones de carbono, la responsabilidad medioambiental aun no es tal plenamente integrada en una verdadera obligación ética. Por último, las percepciones de los consumidores y las partes interesadas sobre las responsabilidades éticas y ambientales de las empresas, aunque en su mayoría positivas, apuntan a la necesidad de prácticas más visible y estrategias claras para fortalecer las percepciones de responsabilidad y sostenibilidad.

Para lograr hacia un modelo de gobernanza más responsable y sostenible se recomienda:

Fortalecer la formación en ética en todas las jerarquías de las entidades

Acrecentar la transparencia y comunicar con las partes interesadas sobre los avances en materia de responsabilidad ambiental.

Observar la sostenibilidad como autor sostenible y un principio estratégico, no solo como cumplimiento. El cumplimiento de la ética empresarial y la sostenibilidad ambiental no solo trae beneficio a nivel corporativo, sino que también hace u aporte significativo al bienestar social y la protección ambiental convirtiendo a las empresas en actores claves del desarrollo sostenible del país.

Conflicto de intereses: Los autores declaran no incurrir en ningún conflicto de intereses.

Contribución de los autores:

Autor 1: Elementos teóricos, análisis, metodología y recursos.

Autor 2: Análisis, metodología y recursos.

Autor 3: Curación de datos, validación y escritura final.

REFERENCIAS

- Ali, M. A., Abbas, F., & Joseph, R. (2024). Back to the basics: Is business ethics an oxymoron? *Society and Business Review*, 19(4), 655-671. <https://doi.org/10.1108/SBR-12-2023-0384>
- Ben, S. y Francoeur, C. (2024). Do corporate ethics enhance financial analysts' behavior and performance? *Journal of Risk and Financial Management*, 17(9), 1-19. <https://doi.org/10.3390/jrfm17090396>
- Canales, H. J. S. (2018). El greenwashing y su repercusión en la ética empresarial. *Neumann Business Review*, 4(1), 28-43. <https://pdfs.semanticscholar.org/f20e/0d12bf2e03aeb8cae-b739bce41c9448f77b9.pdf>
- Carranza, L. B. C. (2023). *Probabilidad de curencia del modelo de economía circular en una empresa prestadora del servicio de agua potable en Cajamarca—Perú*. https://laccei.org/LACCEI2023-BuenosAires/all-papers/Contribution_225_a.pdf
- Herrera, N. (2019). Contabilidad ambiental y la responsabilidad social empresarial dentro del panorama mundial del desarrollo sostenible. *Eca Sinergia*, 10(2), 105-114. <https://www.redalyc.org/journal/5885/588561542009/588561542009.pdf>
- Mayr, K. y Teller, C. (2024). The ethical edge: Unveiling the power of virtuousness in retailing from employees' perspectives. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 81(1), 104025. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698924003217>
- Mazón, L. y Orriols, R. M. (2018). Gestión de guantes sanitarios. Protección adecuada del profesional, coste-efectividad y responsabilidad ambiental. *Revista de la Asociación Española*. <https://scielo.isciii.es/pdf/medtra/v27n3/1132-6255-medtra-27-03-175.pdf>
- Metsiou, A., Broni, G., Papachristou, E., Kiki, M., & Evangelou, P. (2024). Business ethics and green taxonomy in an era that energy consumption and prices are defined by a war: An empirical study in Western Macedonian enterprises. In C. Wankel (Ed.), *Business Ethics in Changing Times*, 427-444. https://doi.org/10.1007/978-3-031-49105-4_25
- Olaya, R., Palacios, J. y Rubio, R. (2024). *Ética empresarial: El caso del greenwashing*. Anáhuac. https://www.anahuac.mx/mexico/biblioteca/sites/default/files/2024-08/etica_empre.pdf#page=130
- Orozco, I. (2020). De la ética empresarial a la sostenibilidad: ¿Por qué debe interesar a las empresas? *The Anáhuac Journal*, 20(1), 76-105. https://revistas.anahuac.mx/index.php/the_anahuac_journal/article/view/260
- Pasco, M., Del Aguila Marchena, L. y Barba, M. L. (2022). Business ethics practices in top companies in Peru: Variety, composition, and links. *Organizational Cultures*, 22(1), 77-101. <https://doi.org/10.18848/2327-8013/CGP/v22i01/77-101>
- Peñaflor-Guerra, R., Sanagustín-Fons, M. V., & Ramírez-Lozano, J. (2020). Business ethics crisis and social sustainability: The case of the product «Pura Vida» in Peru. *Sustainability (Switzerland)*, 12(8), 3348. <https://doi.org/10.3390/SU12083348>
- Ramírez, J. P., Peñaflor, R. y Sanagustin-Fons, M. (2024). Responsible consumption trend in Generation Z and millennials: Its impact on SDG 12. A Peruvian case study. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 37 (3), 483-508. <https://doi.org/10.1108/ARLA-07-2022-0142>

Ricardo, V., Lourdes, V., Segundo, M., Alberto, V., Del Pilar, P.-D. M. y Rosa, C. (2024). Buenas prácticas de economía circular en empresas agroexportadoras de Lambayeque-Perú: Un enfoque hacia la sostenibilidad. *RISTI - Revista Iberica de Sistemas e Tecnologías de Informacao*, 2024(E71), 288-301. https://suny-mar.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_proquest_journals_3104146213&context=PC&vid=-01SUNY_MAR:01SUNY_MAR&lang=en&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Primo%20Central&tab=Everything&query=sub,exact,%20Practice%20Guidelines%20as%20Topic,AND&mode=advanced&offset=30

Rincón-Orozco, C. y Ospina-Herrera, C. y Carvajal-Orozco, J. (2019). Crítica a la ética empresarial y la responsabilidad social empresarial desde Nietzsche. *Discusiones*, 20(34), 147-163. <https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/discusionesfilosoficas/article/view/168>

Triwacananingrum, W., Rahmawati, Djuminah, & Probohudono, A. N. (2024). Does business ethics disclosure contribute to ESG disclosure and ESG performance on firm value? *Journal of Ecohumanism*, 3(4), 816-833. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i4.3572>

Vaquero, B. y Gallo, E. (2020). La responsabilidad socio-ambiental de las universidades: Una visión México-Perú. *Horizonte de la Ciencia*, 10(19), 220-235. <https://www.redalyc.org/journal/5709/570962992017/570962992017.pdf>

Vu Lan, L., Tettamanzi, P., Tien Minh, D., Comoli, M., Mouloudj, K., Murgolo, M., y Dang Thu Hien, M. (2024). How ethical behavior is considered in different contexts: A bibliometric analysis of global research trends. *Administrative Sciences*, 14(9), 1-38. <https://doi.org/10.3390/admsci14090200>