



XXXVI CONFERENCIA
INTERAMERICANA
DE CONTABILIDAD

"Integridad, innovación y compromiso para un mundo sostenible"

PARAGUAY
2025



Comisión Técnica Interamericana de Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones

ASOCIACIÓN INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD

XXXVI CONFERENCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD

ÁREAS 6 Y 8

ÉTICA Y EJERCICIO PROFESIONAL

GESTIÓN INTEGRAL DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS ORGANIZACIONES

(GIPyMOs)

TRABAJO INTERAMERICANO INTERINSTITUCIONAL

TÍTULO

EL IMPACTO DE LA ÉTICA Y LA INTEGRIDAD EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS

MICROEMPRESAS

Por:

Mgtra. Militza Cohen (Panamá)

Mgtra. María Marín (Venezuela)

Mgtro. Herminio Morel (Paraguay)

PhD. Lisette Sanchez. (Venezuela) (colaboración especial Sector Público)

Mgtra. Maria Luisa González Britos (Paraguay)

D.h.c. Mgtra. Yelena Rodríguez Trujillo (Panamá)

AÑO 2025



XXXVI CONFERENCIA
INTERAMERICANA
DE CONTABILIDAD

"Integridad, innovación y compromiso para un mundo sostenible"

PARAGUAY
2025



Comisión Técnica Interamericana de Ética y Ejercicio Profesional

Miembros Comisión de Ética y Ejercicio Profesional, y de la Comisión GIPyMOS

Firmas _____

Mgter. Renato Coronel

Firmas

Mgter. Ruben Helouani

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
INTRODUCCIÓN	3
Capítulo 1. Las Microempresas.....	5
1.1 Antecedentes, contexto histórico y evolución	5
1.2 Diversidad sectorial	10
1.3 Desafíos específicos.....	15
Capítulo 2: La Ética y el Ejercicio Profesional.....	19
2.1 Marcos éticos internacionales:	19
2.2 Ética en la toma de decisiones:	22
2.3 Relación entre ética y legislación:	24
Caso Panamá:	24
Capítulo 3: Los beneficios de la ética de una correcta conducta empresarial	30
3.1 Beneficios económicos	30
3.2 Beneficios sociales	31
3.3 Casos de éxito	32
Capítulo 4: La Ética como una Responsabilidad Social.....	35
4.1 Responsabilidad Social Corporativa (RSC).....	35
4.2. Diferencia entre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y cumplimiento regulatorio	36
4.3 Gobernanza ética	39
Capítulo 5: Microempresas y PyMEs: diferentes pero parecidas.....	42

5.1 Comparación y contraste: similitudes y diferencias éticas	42
5.2 Escalabilidad de los modelos éticos	43
5.3 Implicaciones para las políticas públicas.....	44
Capítulo 6: Conclusiones: la sinergia entre la ética y la integridad, el ejercicio profesional y la gestión ética como instrumento para el desarrollo sostenible de las microempresas.	54
6.1 Síntesis de los resultados de la encuesta	55
6.2 Propuesta de un modelo de gestión ética	68
6.3 Recomendaciones	71
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	75
8. GUÍA DE DISCUSIÓN	81
9. CURRICULUM VITAE DE LOS AUTORES	82

RESUMEN EJECUTIVO

EL IMPACTO DE LA ÉTICA Y LA INTEGRIDAD EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MICROEMPRESAS

Este estudio examina la relevancia creciente de la ética y la integridad en la competitividad de las microempresas, un campo poco investigado en comparación con las grandes corporaciones. Aunque las microempresas representan un pilar fundamental de la economía, aún existe desconocimiento sobre cómo la aplicación de principios éticos influye en su desempeño competitivo. La investigación tradicional ha priorizado factores económicos y estratégicos, dejando en segundo plano elementos intangibles como la conducta ética.

El problema central consiste en identificar de qué manera la adopción de prácticas éticas y de integridad impacta la capacidad de las microempresas para competir eficazmente. Se plantea la necesidad de determinar si dichos valores, comúnmente atribuidos a empresas grandes, pueden convertirse en fuente de ventaja competitiva para pequeños negocios, donde la confianza y las relaciones directas resultan esenciales.

El objetivo general es analizar la relación entre la ética, la integridad y los niveles de competitividad. La hipótesis principal sostiene que una mayor adhesión a estos principios se asocia positivamente con beneficios en reputación, confianza del cliente, retención de talento y resiliencia empresarial.

El enfoque metodológico será cualitativo, combinando revisión bibliográfica y encuestas a microempresarios. Se espera aportar conocimiento académico y práctico, útil para emprendedores, formuladores de políticas y organizaciones de apoyo, impulsando un desarrollo empresarial más ético, sostenible y competitivo.

Palabras-Clave: Microempresas, ética empresarial, integridad, competitividad, desarrollo sostenible, confianza.

INTRODUCCIÓN

En el dinámico y cada vez más globalizado panorama empresarial del siglo XXI, la competitividad de las organizaciones se ha convertido en un factor crítico para su supervivencia y crecimiento. Tradicionalmente, la competitividad se ha analizado desde perspectivas económicas, financieras y de gestión estratégica, centrándose en aspectos como la eficiencia operativa, la innovación tecnológica o la diferenciación de productos. Sin embargo, en las últimas décadas, ha surgido un creciente reconocimiento sobre la influencia de factores intangibles, particularmente los relacionados con la ética y la integridad, en el rendimiento y la sostenibilidad empresarial. Este fenómeno es especialmente relevante en el contexto de las microempresas, que, a pesar de su pequeño tamaño, constituyen la columna vertebral de muchas economías, incluyendo las de América Latina y el Caribe, contribuyendo significativamente al empleo y la innovación.

La literatura académica ha explorado ampliamente la ética empresarial en grandes corporaciones, examinando su impacto en la reputación, la confianza de los consumidores y las relaciones con los *stakeholders*. Sin embargo, la investigación sobre cómo los principios éticos y la integridad operan e influyen en la competitividad de las microempresas sigue siendo un campo con lagunas significativas. A menudo, se asume que las microempresas carecen de los recursos o la complejidad organizacional para implementar programas formales de ética, o que su impacto es marginal en comparación con las grandes compañías. No obstante, en un entorno donde la confianza interpersonal y las relaciones de proximidad son fundamentales, la adherencia a altos estándares éticos podría ser un diferenciador crucial y una fuente de ventaja competitiva para estas pequeñas unidades económicas. La percepción de honestidad y transparencia puede influir directamente en la lealtad del cliente, la credibilidad ante los proveedores y el acceso a financiamiento, elementos vitales para la sostenibilidad de las microempresas.

Este estudio se propone llenar esta brecha en la literatura, investigando el impacto de la ética y la integridad en la competitividad de las microempresas. Nos preguntamos: ¿De qué manera la adopción y el cumplimiento de principios éticos y de integridad influyen en la capacidad de las microempresas para competir eficazmente en el mercado? Para abordar esta cuestión, el objetivo general de esta investigación es analizar la relación entre la implementación de prácticas éticas y de integridad y los niveles de competitividad alcanzados por las microempresas. Específicamente, se busca identificar los mecanismos a través de los cuales la ética contribuye a la competitividad, así como determinar la percepción de los microempresarios sobre la importancia de estos valores en su desempeño. Se hipotetiza que una mayor adherencia a principios éticos y de integridad se correlaciona positivamente con una mejora en la competitividad de las microempresas, manifestándose en factores como la reputación, la confianza del cliente, la retención de talento y la resiliencia en el mercado. Este análisis no solo aportará conocimiento teórico al campo de la ética empresarial en microempresas, sino que también ofrecerá implicaciones prácticas para empresarios, formuladores de políticas y organismos de apoyo al emprendimiento en la promoción de un desarrollo empresarial más justo y sostenible.

Capítulo 1. Las Microempresas

1.1 Antecedentes, contexto histórico y evolución

Las microempresas han desempeñado un papel central en la economía de los países de la región de América Latina y el Caribe desde hace varias décadas. Su origen está estrechamente ligado al desarrollo informal de la economía, especialmente en contextos de crisis económica, desempleo y migraciones del campo a la ciudad. Durante las décadas de 1970 y 1980, muchos países latinoamericanos enfrentaron profundas crisis económicas, inflación elevada y ajustes estructurales que redujeron el tamaño del sector público. Como consecuencia, muchas personas recurrieron al autoempleo y a pequeñas actividades productivas como medio de subsistencia, dando lugar a un auge de las microempresas.

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, si bien no son un fenómeno de nacimiento reciente, despiertan cada vez más interés, tanto en el ámbito académico como en el de la opinión pública; al punto que Verheuegen las considera “el motor de la economía europea” pero esto no siempre ha sido así, y es necesario saber cuál es el camino que nos ha traído hasta aquí.

Aún, dentro del presente concierto de trabajos sobre el tema, la postura según la cual los economistas nunca han prestado demasiada atención al fenómeno continúa estando vigente (Di Tommaso & Dubbini, 2000); no obstante, dicha observación es más afín a las décadas del cincuenta, sesenta y setenta, en que el enfoque económico predominante (en materia empresarial) era el de la producción en serie, siguiendo aquel modelo de industrialización caracterizado en los Estados Unidos por Henry Ford; así, cualquier forma de organización fabril distinta al *fordismo* era considerada como ineficiente y por lo tanto excluida del análisis detallado; especialmente por ser considerada ineficiente en la intensidad de utilización de las energías.

“La asociación positiva entre tamaño de la planta y la productividad de la mano de obra en un esquema de uso intensivo de la energía fue el elemento decisivo que justificó el predominio de las firmas grandes en la organización de la producción”¹.

Una gran condicionante de este enfoque era que la producción en serie requiere grandes mercados de bienes primarios a precios módicos, a la vez que importantes plazas de consumo para el producto final, dentro de un sistema keynesiano –muchas veces fabricado políticamente– para equiparar la producción con el consumo (Schmitz, 1993). Esta relación era encontrada en los países industrializados, pero no tanto en los países en vías de desarrollo. Tal característica llevó a reforzar la idea de que las PyMEs se daban con frecuencia en países poco industrializados, donde el desarrollo de las grandes empresas era más complejo por las limitaciones propias de la ausencia de escalas en las pequeñas empresas en mercados muy estrechos.

Henry Ford fue un empresario, ingeniero industrial estadounidense, fundador de la compañía Ford Motor Company y padre de las cadenas de producción modernas utilizadas para la producción en masa.

A él se le atribuye el fordismo, sistema que se difundió entre finales de los años treinta y principios de los setenta y que creó mediante la fabricación de un gran número de automóviles de bajo costo mediante la producción en cadena. Este sistema llevaba aparejada la utilización de maquinaria especializada y un número elevado de trabajadores en plantilla con salarios elevados.

El paradigma dominante de las grandes empresas y la división del trabajo de acuerdo al fordismo llevó a debates como el presentado en Italia, donde el norte desarrollado era foco de grandes empresas, mientras el sur empobrecido lo era de MIPYMES, y en ambos casos, el tamaño era signo de dicha condición (CEPAL, 1988). Esta correlación sería rebatida desde el punto de vista

¹ (Yoguel, G. 2005). Las PyMEs y su importancia para la competitividad estratégica. Los nuevos desafíos del nuevo escenario de cambio tecnológico.

sociológico, años más tarde, por el concepto de “Capital Social” (Putman, Leonardi, & Nanetti, 1993), el cual daba una explicación distinta al porqué del desarrollo diferenciado de las regiones de Italia. No obstante, se mantenía la creencia de que el desarrollo y la sustentabilidad económica solo eran alcanzables a través de la industrialización a gran escala y las grandes empresas.

A mediados de los cincuenta las ventajas de las MIPYMES ya eran bien conocidas. Así se resalta el trabajo intensivo en mano de obra, su adaptabilidad, la utilización de factores productivos locales, y reducción de la dependencia de las importaciones (Späth, 1993), como los beneficios más importantes.

Aun así, se consideraba que las empresas de menor tamaño eran solo transitorias y podían ser útiles únicamente en países que se encontraban iniciando el proceso de industrialización, el cual requeriría, eventualmente, la conformación de grandes empresas de producción en serie.

Las empresas de menor tamaño no encontraban lugar dentro del sistema de producción en serie, no debido a las características que éste requería de los obreros (las cuales eran reducidas) sino a la ausencia de inversión que implicaba la adquisición de los bienes de capital necesarios para llevar a cabo la producción en masa. Esta incompatibilidad jugó desde un principio en contra de considerar a las MIPYMES como un fenómeno plausible de ser incorporado a las economías industrializadas. Tal sesgo se mantuvo hasta la aparición de los conceptos de red y clúster empresarial.

Ya entre los sesenta y setenta existían dos puntos de vista confrontados sobre la realidad del fenómeno, por un lado, la postura “tradicional” de la industrialización, que continuaba considerando a la MIPYME como signo de un subdesarrollo, de un país que se encontraba todavía en etapas previas a la industrialización necesaria para desarrollarse. Pero, por otro lado, comenzaba a surgir la noción de que en ellas descansaba la clave para un desarrollo industrial sin los males sociales del fordismo (CEPAL, 1988).

En la misma época se dio un primer giro en torno al estudio de las MIPYMES, y se vio su confrontación con las grandes empresas en términos de “formalidad”; mientras las segundas se encontraban legalmente constituidas, con beneficiosos incentivos gubernamentales, leyes laborales para los empleados y demás; las primeras permanecían sumergidas en la informalidad dada por el carácter “familiar” de la empresa. De esta forma, se solía denominar a la MIPYME como el “sector informal” o la “economía sumergida”

Pionero en esta área es el libro “The second industrial divide: Possibilities for prosperity” de Piore y Sable (1984), en el cual se establecía que el deterioro de la economía de la época se debía a las limitaciones del modelo de producción en masa y que por ello se debía de cambiar a un modelo más adaptable, lo cual implicaba cambiar el sistema de uno de producción en serie con obreros semi capacitados, a otro más innovador y flexible, compuesto por obreros capacitados y maquinaria fácilmente adaptable a los cambios continuos. Queda claro que tal enfoque se alejaba de las rígidas estructuras acumuladas por la mayoría de las tradicionales grandes empresas de la época.

Ahora, es importante destacar que, si bien la especialización flexible ayudó a propulsar a las MIPYMES dentro del escenario económico, economías de pequeña escala y especialización flexible no son sinónimos. **El nuevo paradigma ayudó a las MIPYMES combatiendo al fordismo a favor de otra con mayor adaptación**, lo cual implicaba el reemplazo de estructuras rígidas y costosas de capital instalado; pero esto no necesariamente es un argumento a favor de las firmas de menor tamaño.

Si bien ambos – el nuevo paradigma y las MIPYMES – han tenido un auge simultáneo, esto se debió fundamentalmente a un enemigo común, **el fordismo**, y no tanto a características compartidas entre ambos.

De hecho, es factible la implementación del paradigma de la especialización flexible en grandes empresas, ya que lo que éste indica es una forma de relación, que no tiene necesariamente que ver con el tamaño de la firma; si bien existe una diferencia y es que en las grandes empresas la especialización flexible se da como descentralización interna, mientras que en las pequeñas es la forma en la que éstas se relacionan con otras firmas (Schmitz, 1993), queda claro que no es un paradigma excluyente de las Grandes Empresas (GEs) ni centrado en las MIPYMES.

En los ochenta, con la aparición del mencionado paradigma post-fordista de uso intensivo en información y conocimiento (Yoguel, 2005), se produce un aumento en el interés por las MIPYMES, ahora vistas como agentes de este cambio, debido a que el menor tamaño de estas empresas es considerado como signo de una mayor capacidad de adaptación e innovación.

A lo anterior se sumaba que habían logrado capear la crisis de los ochenta, demostrando una tendencia recesiva menor que la de países como Argentina, al tiempo que creaban empleo, en parte gracias a su flexibilidad, pero también a la informalidad del sector y su potencial para absorber la fuerza laboral desechada por el sector formal (Späth, 1993); esto contribuyó a que las MIPYMES, antes vistas como signo negativo de la economía, empezasen a ganar respeto entre los economistas, no por su fortaleza en tiempos ordinarios, sino por su capacidad de subsistencia en época de crisis (Schmitz, 1993).

A partir de entonces, y bajo el nuevo paradigma, las pequeñas firmas empiezan a ser consideradas como eficientes, flexibles y dinámicas (Späth, 1993), especialmente por países en desarrollo, que necesitaban firmas adaptables que lograsen sobrevivir a los efectos exteriores de las crisis; no obstante, su estudio no prosperó de igual forma, sino hasta que fue tomado por los países industrializados (Schmitz, 1993).

En 1994 el Banco Mundial entregó tres argumentos centrales que apoyaban la política de ayuda hacia el sector PyME: el primero era que favorecen la competencia y el emprendimiento,

aumentando los beneficios de una economía flexible, a través de su eficiencia e innovación. El segundo, que las PyMEs eran más productivas que las Grandes Empresas (GEs), pero que no eran apoyadas por el sector financiero, haciendo necesaria la ayuda estatal. Finalmente, la evidencia empírica demostraba que las PyMEs eran más funcionales al empleo que las GEs, debido a que las primeras son intensivas en mano de obra, mientras que las segundas lo son en maquinaria. (Beck, Demirgüç-Kunt, & Lavine, 2005).

En América Latina el ambiente en que comenzaron a desarrollarse las PyMEs fue muy particular ya que se presentaba como cerrado al mundo, con una baja competencia y una alta incertidumbre económica (Yoguel, 1998), que respondía al esquema de Industrialización por Sustitución de Importaciones (modelo ISI), lo cual conlleva a una configuración particular de estas pequeñas firmas, que se debieron enfrentar, en la década de los noventa, a la liberalización de mercados y la apertura al comercio internacional, lo cual generó una ardua competencia económica.

Al mismo tiempo que la liberalización del comercio pareciera tener efectos de polarización entre las distintas áreas productivas de las MIPYMES; el efecto del proceso sobre el desempeño del sector pareciera no haber sido tan chocante. Así, autores como Peres y Stumpo (2002) indican que la evidencia empírica se encuentra lejos de poder sustentar afirmaciones sobre que las PyMEs haya resultado perdedoras del proceso de liberalización de los noventa.

1.2 Diversidad sectorial

La diversidad sectorial de las microempresas significa que operan en una amplia gama de actividades económicas, abarcando sectores como el comercio, servicios, artesanía, agricultura, industria y actividades forestales. Esta diversidad es crucial porque las microempresas son motores de empleo y desarrollo local, y al estar presentes en múltiples sectores, contribuyen a la diversificación económica y a la creación de riqueza en diferentes ámbitos.

Algunos sectores comunes donde operan las microempresas son:

Comercio y servicios

El comercio es el intercambio de bienes y servicios entre personas, empresas o gobiernos. Los bienes abarcan desde materias primas hasta productos manufacturados, mientras que los servicios incluyen áreas tan diversas como educación, salud, turismo y telecomunicaciones. Entre estos, los llamados “servicios de infraestructura” —transporte, telecomunicaciones, finanzas, agua y electricidad— cumplen un papel fundamental en el funcionamiento económico. Una fábrica no puede operar con eficiencia en medio de apagones constantes, y las empresas enfrentan dificultades si carecen de comunicaciones fluidas con proveedores y clientes. Además, los mercados financieros asignan el ahorro y el riesgo de inversión hacia los usos más productivos (Arrow, 1970), pero cuando el sistema financiero está reprimido o poco desarrollado, dicha función se distorsiona, limitando el acceso de empresas productivas al capital necesario (McKinnon, 1973).

Estos sectores de servicios productivos determinan en gran medida la productividad del resto de la economía. Asimismo, otros servicios como la salud y la educación impactan directamente en los factores de producción, en particular la mano de obra. El nivel de formación, capacitación y salud de los trabajadores depende de la calidad de los sistemas nacionales, y a mayor calidad, mayor contribución al crecimiento económico. Fiorini y Hoekman destacan que permitir un mayor acceso de proveedores extranjeros a servicios de infraestructura, enseñanza y salud puede generar importantes beneficios. La evidencia muestra que el aumento del comercio de servicios se vincula con mejoras en estos sectores y en la economía en general.

En cifras, los servicios representan cerca de dos tercios del valor añadido mundial y superan a la agricultura, la industria y los recursos naturales en todas las regiones. En 2018, su participación alcanzó el 65% en América Latina y el Caribe, y hasta el 79% en América del Norte.

Las empresas también utilizan los servicios como herramienta de diferenciación. Nordås (2008) resalta la posibilidad de adaptar productos a las necesidades del consumidor mediante la incorporación de servicios. Apple ejemplifica esta estrategia al vincular el iPod con iTunes: al combinar el dispositivo con un software que permitía comprar música instantáneamente, explotó la complementariedad entre bien y servicio, lo que le permitió monopolizar el mercado de reproductores MP3 (Amit y Zott, 2012). De igual manera, Amazon desarrolló el altavoz Echo, que, con el asistente digital “Alexa”, ofrece funciones inteligentes como alarmas, recordatorios o compras de productos mediante reconocimiento de voz. Según Son y Oh (2018), esta innovación impulsó la adquisición de contenido digital y diferenció al Echo de un simple reproductor de música. Cernat y Kutlina-Dimitrova (2014) sostienen que esta fusión de bienes y servicios inteligentes genera mayor rentabilidad gracias a la diferenciación.

Por otro lado, la apertura del comercio de servicios no impacta de manera uniforme en todos los países. Beverelli et al. (2017) demuestran que la calidad institucional del importador es determinante: una misma reducción de restricciones comerciales puede elevar la productividad manufacturera en un 16,7% en un país “A”, pero solo un 3,9% en un país “B”. Van der Marel (2014) afirma que las políticas regulatorias nacionales que acompañan la apertura comercial son fuente de ventaja comparativa para la manufactura. Además, el “factor de proximidad” es crucial: mientras los bienes pueden producirse en Panamá y consumirse en Paraguay, los servicios suelen necesitar proveerse en el país de producción. Parry et al. (2011) y Andrenelli et al. (2018) destacan que la mayoría de los servicios usados en manufacturas se generan localmente, lo que refuerza la influencia institucional. Así, cuando una empresa exportadora evalúa ingresar a un mercado, la calidad institucional del importador puede tener un efecto ex ante, es decir, determinar la decisión antes incluso de la operación.

En síntesis, el comercio de servicios es hoy el sector más dinámico de la economía mundial. Su impacto se refleja en la productividad, en la innovación y en la creación de ventajas competitivas,

siempre condicionado por la calidad de las instituciones nacionales y por la capacidad de integrar bienes y servicios de forma estratégica.²

Artesanía:

La artesanía en microempresas implica la producción de bienes únicos y manuales (joyería, cerámica, textiles) que fomentan la economía local, preservan tradiciones culturales y apoyan a las comunidades. Estas microempresas enfrentan desafíos y oportunidades, incluyendo la necesidad de innovación en diseño y distribución para mantenerse rentables frente a la competencia, y la posibilidad de acceder a beneficios fiscales como exenciones de Impuesto al Valor Agregado (IVA) en algunos países.

Algunos de los objetivos de las microempresas del sector artesanal son rescatar, preservar y fomentar las artesanías propias del Estado, con atención a su calidad, representatividad, tradición, valor cultural y diseño.

La actividad económica artesana no es importante sólo por sí misma, sino por la conexión que tiene con otras actividades y sectores económicos. Incluir el sector artesano dentro de las industrias culturales, denota la importancia económica que tiene su desarrollo para una región, ya que se constituyen en una fuente de empleo, que permite conseguir ingresos para el sustento familiar, por su parte, las condiciones de los nuevos tiempos exigen a los productores artesanales una buena administración de sus recursos y la creatividad para desarrollar productos nuevos de los cuales demanda la sociedad.

Durante mucho tiempo la producción artesanal ha sido relacionada con las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), las cuales para algunos se trata de un tipo de unidad productiva adecuada

² Organización Mundial del Comercio - INFORME SOBRE EL COMERCIO MUNDIAL 2019 - (Pag. 77) - <https://www.wto.org/indexsp.htm>

para países de modesto desarrollo cuyas economías tienen que generar empleo rápidamente. (Piñango, 1999).

Turok (1996) menciona que cuando se habla de artesanía nos referimos a objetos decorativos y utilitarios donde se condensan aspectos económicos, sociales y culturales que reflejan la cosmovisión de los pueblos indígenas, son elementos importantes en la construcción de la identidad de las mujeres, forman parte del arte popular para retroalimentar el espíritu; son satisfacciones para la reproducción humana y elementos fundamentales en la organización de la familia y la sociedad, abriendo una ventana para comprender, visualizar la conexión entre elementos naturales, simbólicos del grupo social en cuestión. Las artesanas desempeñan un papel múltiple: por una parte, están aquellos grupos que elaboran para el mercado o para cumplir una necesidad doméstica. En el ámbito doméstico las artesanas pueden tener uso ceremonial; pueden utilizarse como símbolos, objetos de arte de uso cotidiano, ritual o santuario. Las que se utilizan para el mercado compiten en productos industriales o con cadenas de producción.

Martínez Peñaloza (1982) explica que ve a la artesanía como formas con las que una comunidad conserva y transmite su peculiaridad física y espiritual, constituyen la indumentaria, la utilería doméstica, la simbología ceremonial y los de culto o que se añaden al tocado, se asocian a las festividades, representan un universo de formas, colores texturas y materiales artesanales en que se inscribe la vida individual y colectiva, en un conjunto es arte popular porque expresa la voluntad de ser, de un modo propio y peculiar del grupo indígena, pero solo los objetos manufacturados con materiales locales serán artesanía. Las artesanas entonces constituyen objetos representativos de un país, una región, una cultura y una identidad. Mientras más se apegan a su elaboración original en cuanto a materias prima, mano de obra y herramientas tradicionales, más estarán impregnadas de ese sentimiento, habilidad y significación cultural, que las hace obras de arte.

Actividades agropecuarias y forestales:

Aunque son varios los sectores que contribuyen al éxito de las PyMEs, hay uno que destaca por su papel fundamental en el impulso del crecimiento y la sostenibilidad: el sector agrícola.

Y para comprender mejor este sector, es crucial contar con una clasificación precisa de las actividades agropecuarias, pues permite distinguir y categorizar las diferentes ramas de la agricultura, ganadería, silvicultura, pesca y acuicultura, brindando una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y la implementación de políticas eficientes

Las microempresas agropecuarias y forestales se dedican al cultivo y cría de animales (agricultura y ganadería), la silvicultura (manejo de bosques) y actividades asociadas como la caza, la pesca, la apicultura y la producción de plantas. Estas microempresas pueden enfocarse en la producción de materias primas para otras industrias, como granjas avícolas o invernaderos, o en la transformación de productos, como la elaboración de muebles a partir de madera, y ofrecen productos a minoristas y mayoristas.

Las empresas pequeñas tienen una función importante en la elaboración, transporte y mercadeo de los productos forestales no madereros. En muchos países, incluso la producción de madera es realizada cada vez más frecuentemente por pequeños productores. Los servicios medioambientales, tales como las actividades recreativas, son otro sector en el que intervienen siempre más a menudo las empresas pequeñas.³

1.3 Desafíos específicos

A pesar de su relevancia económica y social, las microempresas enfrentan una serie de desafíos estructurales que limitan su potencial de crecimiento y sostenibilidad:

³ Escala, mercados y economía: las empresas pequeñas en un entorno en vías de mundialización - <https://www.fao.org/4/a1346s/a1346s02.htm>

Acceso al crédito:

La falta de garantías, historial financiero formal y estados contables dificulta obtener financiamiento, lo que hace que las instituciones las consideren de alto riesgo. Aunque las microfinanzas han sido una alternativa, suelen tener intereses altos y montos insuficientes. Según el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), una de cada tres PyMEs reporta restricciones de crédito (IFC, 2017) y el 20% considera la falta de financiamiento como una barrera importante para crecer (WBES, 2009-2018).

Capacitación y asistencia técnica: Muchos emprendedores carecen de formación empresarial en áreas clave como contabilidad, marketing, planificación financiera y gestión de personal, lo que afecta la sostenibilidad de sus negocios.

Acceso a tecnología y digitalización: La transformación digital sigue siendo un reto. Gran parte de las microempresas carece de recursos, infraestructura y conocimientos para adoptar herramientas digitales. Solo el 20% utiliza sistemas de gestión o marketing digital (CAF, 2023). Esto limita su competitividad y capacidad de adaptación al mercado.

En este contexto, la transformación digital presenta desafíos adicionales:

1. Aislamiento departamental: se requiere colaboración y apertura organizativa.
2. Tecnologías obsoletas: los sistemas heredados encarecen la modernización.
3. Seguridad digital: la nube y sistemas antiguos enfrentan amenazas constantes.
4. Presupuesto limitado: las inversiones son altas, aunque necesarias para la competitividad.
5. Falta de habilidades digitales: se necesitan expertos en Big Data, IoT e IA, lo que exige programas de capacitación y alianzas educativas.

6. Liderazgo insuficiente: el compromiso de los directivos es clave para impulsar la transformación.
7. Resistencia al cambio: superar la aversión al riesgo requiere liderazgo fuerte y comunicación efectiva.
8. Baja productividad inicial: la digitalización puede generar caídas temporales de eficiencia, que deben afrontarse con capacitación y gestión del cambio.

En conclusión, las microempresas necesitan superar limitaciones financieras, de formación y tecnológicas. La modernización digital exige inversión, liderazgo, seguridad y capacitación, pero a largo plazo ofrece mayores oportunidades de competitividad y sostenibilidad.

d) Informalidad

Una proporción importante de microempresas en América Latina opera en la informalidad, es decir, sin registro legal, sin pagar impuestos ni cumplir con las normativas laborales. Esto limita su acceso a financiamiento, programas de apoyo público y protección legal. La informalidad también suele estar asociada a condiciones laborales precarias y bajos niveles de productividad.

En América Latina, la tasa de informalidad en microempresas supera el 60 % en países como Bolivia, Perú y Paraguay (CEPAL, 2022).

¿Qué es el emprendimiento informal?

Este término involucra a cualquier comercio que realiza actividades económicas, con el propósito de obtener recursos financieros, pero no responde a procesos, ni responsabilidades fiscales. Pero esto no se debe a una mala intención, en la mayoría de los casos esto ocurre porque los emprendedores experimentan una falta de conocimiento en el tema o por la carencia de recursos económicos para hacerlo.

Si el emprendimiento no está constituido como cualquier otra empresa que cumple con todos los requisitos de la ley tiene ciertas desventajas, algunas de estas son:

- Dificultad para obtener créditos y servicios financieros;
- No se puede ofrecer seguridad social a los colaboradores;
- Se presentan obstáculos para acceder a ventas mayores al no poder emitir facturas.

e) Escasa articulación con cadenas de valor

Otra dificultad importante es la débil vinculación de las microempresas con cadenas productivas o redes empresariales, lo cual impide que accedan a mayores mercados, a mejores precios de insumos o a canales de distribución más eficientes.

La falta de acceso a mercados y cadenas de valor para las microempresas se debe principalmente a la escasez de recursos, como financiación y mano de obra calificada, así como a barreras informativas, falta de conocimiento sobre mercados extranjeros, y obstáculos administrativos y regulatorios.

Las microempresas muchas veces se limitan a vender en mercados locales y no logran integrarse a cadenas productivas más amplias, debido a su tamaño, informalidad y baja producción.

Capítulo 2: La Ética y el Ejercicio Profesional

2.1 Marcos éticos internacionales:

Explora cómo los principios de la ética empresarial internacional se aplican a las microempresas.

La ética empresarial ha evolucionado mucho en el tiempo desde aplicar los valores morales de los dueños de estas en su forma más humana e individualista hasta nuestros días en donde se contemplan también los intereses de otros interesados como el público en general, los colaboradores, proveedores, clientes, vecindades, grupos de interés, gobiernos, ONG 's locales e internacionales.

A nivel internacional existen diversas guías, procedimientos, planes y controles que las grandes entidades y países buscan que se apliquen en el parque de los jugadores de mercado más importantes. Pero la autogestión y regulación se basa en muchos factores y herramientas como los códigos de ética internos de las empresas y de las profesiones, programas de cumplimiento, normativas locales, regionales e internacionales de diversa índole.

Pero existe un sesgo de pensamiento que hace pensar que los principios generales de ética empresarial no aplican o no pueden aplicarse en ámbitos de micronegocios porque son difíciles de seguir, aplicar, monitorear o que a nadie le importa porque la comunidad en general solo se enfoca en las grandes empresas. Pero hay que tomar en cuenta que los valores empresariales mínimos son aplicables a todas las empresas sin importar el mercado, competencia, sector, industrial, país, etc.

Los principios mínimos de ética empresarial que las microempresas deberían tomar en cuenta son los siguientes:

Transparencia – integridad y apertura, visibilidad, apertura

Responsabilidad – con los proveedores, empleados, clientes, accionistas, etc.

Diversidad – respeto e inclusión de minorías.

No discriminación – de ningún tipo se debe tolerar.

Sostenibilidad – mirar al futuro siempre

Respeto a las leyes o normativas en general – cumplimiento es importante.

Sin embargo, aplicarlos puede ser un reto porque no saben cómo hacerlo de forma estructurada pero lo importante es el comportamiento, proyección y hacer lo correcto en todo momento o situación. Tener procesos y “check lists” para microempresas en países no desarrollados puede ser casi imposible, pero sin la formalización no se puede avanzar.

Se detalla un resumen de algunos marcos de referencia sobre el tema:

Programa anticorrupción de ética y cumplimiento para las empresas: Guía práctica. Naciones Unidas, octubre de 2013.⁴

Un ejemplo de marcos internacionales es la Guía publicada por la UNODC que describe situaciones prácticas para desarrollar, aplicar y mejorar un programa anticorrupción de ética y cumplimiento que incluye enfoques dirigidos para micro empresarios o pequeñas empresas (PYMES) especialmente en temas como aplicar los valores mínimos de integridad, transparencia y rendición de cuentas.

Este documento resalta que el personal de dirección de las PYMES debe transmitir el ejemplo siempre y rodearse de asesores internos y externos que le ayuden en estos fines. Claro está que

⁴ Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito –UNODC– y Cámara de Comercio de Bogotá - GUIA ANTICORRUPCION PARA LAS EMPRESAS 2017 segunda impresion - https://www.unodc.org/documents/colombia/2014/Diciembre/Guia_Anticorrupcion_empresas_UNODC_Web.pdf

en este caso puede ser un gerente y/o su contador o auditor o un único dueño el que debe acatar este tipo de reto.

Los colaboradores de las PYMES deben observar normas mínimas de seguimiento en momentos de conflicto entre socios o empleados. Es claro que al tener menos niveles directivos o en el caso de ser empresas familiares o asociaciones comerciales la motivación del comportamiento ético es imprescindible.

Las PYMES deben como mínimo establecer una guía paso a paso para manejar los conflictos de intereses especialmente como evaluar la divulgación de los mismos. Se exhorta a las PYMES a solicitar orientación en los gremios locales o asociaciones de PYMES, así como cualquier iniciativa sectorial para desarrollar políticas de este tipo.

El Código de Conducta para Pequeñas y Medianas Empresas – Transparencia Internacional.

Este documento indica que las PYMES tienen muchos incentivos para empezar la evolución en cuanto a valores éticos incluyendo los preceptos del Instituto de Ética Empresarial desde 2007, entre los cuales están los siguientes:

Comunicación efectiva con partes interesadas (banca, gobierno, socios, competencia, clientes, gremios, etc.)

Mejorar la reputación en general.

Código de conducta.

Aumentar lealtad y moral de los colaboradores y atracción de recurso humano adecuado para la realidad del ecosistema de PYMES.

Manejo de riesgos legales en general.

Solo considerando el desarrollo de códigos de conducta es un paso primordial en la vía correcta para documentar temas como:

Autorregulación.

Enfoque en las necesidades específicas de las PYMES.

Adaptabilidad de los principios éticos a un entorno microeconómico.

Que sea amigable, accesible y sencillo.

Tener cuidado que sea compatible con las regulaciones locales o donde se opere.

2.2 Ética en la toma de decisiones:

Recordemos que los contadores públicos autorizados que laboren en una microempresa o que brinden servicios a este nicho de mercado igualmente deben seguir las normativas de ética de su profesión en su país, a nivel internacional y seguir las reglas internas de profesionalismo y conducta adecuada.

Recordemos que los emprendedores, microempresarios, trabajadores por cuenta propia necesitan un profesional apropiado que los guíe, aconseje y los ayude a pasar al siguiente nivel en la escalera de negocios.

Para esos efectos siempre hay retos, dilemas, dudas que abordar, buscar consejo y guía para resolver situaciones que para este tipo de entidades o entes son nuevas o inusuales.

Situaciones claves para microempresarios y el contador público que asesore o brinde servicios internos o externos que son una alerta máxima:

Beneficiarse de tratos diferenciados para tener ventajas económicas no justas en detrimento de los clientes, proveedores y la competencia.

Participar de actos de corrupción y fraudes – esto debe estar totalmente prohibido es una conducta inaceptable y con consecuencias civiles y penales. potencialmente a nivel individual impactantes.

Practicar actividades monopolísticas. Es difícil que esto pase a niveles de microempresas, pero es bueno repasar principios básicos cuando se comparte decisiones con la competencia para crear frente común ante la inflación o nuevas regulaciones.

Abuso de poder en cotizaciones públicas o privadas. En países pequeños esto es un reto enorme y difícil de evitar.

Comercializar productos o servicios sin garantías reales.

Respetar la confidencialidad de información de terceros en un mundo globalizado e interconectado.

Para contrarrestar estas posibles situaciones riesgosas los contadores públicos deben registrarse por las normativas locales de ética para su profesión en el país en que esté realizando sus labores (por el tema de los nómadas digitales). Igualmente, si el contador brindar servicios internos como colaborador es importante tener en cuenta las siguientes herramientas:

Límites en aprobaciones por tipos de pagos.

Emitir certificaciones juradas en debida forma para bancos o entidades financieras.

Consultar los códigos de ética para proveedores sobre temas como conflicto de intereses, políticas antisoborno y manejo de entrega de regalos.

Proteger la información financiera de forma adecuada y no compartir información sensible sin que exista acuerdos de confidencialidad. Igualmente, temas de redes sociales deben tener cuidado también.

Manejo de residuos.

Códigos de ética para empleados. El tema de no promover trabajo infantil, ningún tipo de discriminación, así como acosos. Promover la salud mental a nivel interno, igualdad de oportunidades para ascender dentro de la organización, así como brindar entrenamientos adecuados anualmente.

Manejo de publicidad y ahora ampliar este punto al uso de redes sociales para el manejo de imagen no para vender servicios de forma burda y antiprofesional.

2.3 Relación entre ética y legislación:

Caso Panamá:

Desde 1978 la profesión del contador público está regulada y para optar por la licencia respectiva y uno de los requisitos que se tenía era "No tener juicio penal pendiente relacionado con delitos contra la fe pública o contra la propiedad y "No haber sido condenado por delito contra la fe pública o contra la propiedad, dentro de los cinco años anteriores a la solicitud de la licencia"⁵. Igualmente se tenía un capítulo de "ÉTICA PROFESIONAL" que era imperativo y mandatorio conocer y aplicar para ejercer la profesión en donde se resaltan los siguientes términos: independencia, integridad, objetividad y responsabilidad (todos valores fundamentales de comportamientos éticos).

Se describen comportamientos sancionables como:

- Ejercer la profesión de contador público autorizado sin tener la debida licencia.
- La contravención de las normas del Código de Ética Profesional tiene diversas penalidades.

⁵ Ministerio de Comercio - República de Panamá. LEY 57 DEL 1ro DE SEPTIEMBRE DE 1978 (Capítulo I "De los Actos de la Profesión" - Artículo No. 4).

Luego en 1984 se aprobó el Código de Ética Profesional para los Contadores Públicos Autorizados⁶ en donde se resaltan los siguientes temas:

- Siempre se deberá conservar su integridad y objetividad en todos los actos de su profesión (incluyendo los que actúan en dependencia laboral).
- El público y usuarios directos de los servicios del Contador Público Autorizado esperan se tenga una total integridad y objetividad entre sus cualidades más sobresalientes.
- En los casos de brindar Asesoría Administrativa y de Impuestos, la apariencia de independencia es requerida.
- El Contador Público Autorizado deberá ser honesto y sincero con sus clientes y mantener una estricta confidencialidad.
- Es indebido aprovechar las relaciones con un cliente para conseguir ventajas personales.
- Está prohibida la publicidad falsa o estimular apariencias inciertas para el público.
- Si un Contador Público Autorizado trabaja en un país distinto al de su matrícula, no se aplicarán allí las reglas disciplinarias de su país de origen, sino que deberá regirse por las normas profesionales establecidas en el lugar donde esté ejerciendo.
- El Contador Público Autorizado no debe mantener ninguna relación que distorsione su independencia e imparcialidad, ni ningún conflicto de intereses que impacte su integridad y su objetividad.
- Los servicios profesionales no deben ser ofrecidos ni efectuados bajo arreglos por los cuales no se cobrarán honorarios, a menos que se encuentre algo o se obtenga un resultado

⁶ Junta Técnica de Contabilidad-Ministerio de Comercio de la Republica de Panama. DECRETO No. 26 DE 1984 - Posteriormente modificado por la Ley No. 280 de 2021.

específico, donde los honorarios dependan del hallazgo o el resultado de tales servicios (honorarios contingentes).

- Un Contador Público Autorizado no deberá hacer en forma directa ni indirecta, ofertas de empleo a miembros del personal de otro Contador Público Autorizado en su propio nombre, o en el de su cliente sin que, primero informe al respecto al colega a menos que el empleado, por su propia iniciativa o en respuesta a un anuncio público, gestiona una oferta de empleo.
- La retención de los libros y documentos y la negativa de entregarlos al cliente, sin que exista una razón valedera, es un acto de descrédito.
- La discriminación en la contratación de empleos, promoción o políticas de salarios basada en cuando a grupos étnicos, color, religión, o sexo constituye un acto de descrédito a la profesión y está prohibida.

Más recientemente, se aprobó la Ley 280 del 30 de diciembre de 2021 que regula la profesión de Contador Público Autorizado (CPA) en Panamá en donde se introducen cambios a los estándares anteriores entre otros los siguientes:

- Requisitos para obtener la idoneidad, uno de los puntos es no haber sido condenado por delitos dolosos durante los últimos 7 años.
- Código de Ética Profesional:
 - Es obligatorio para los contadores públicos autorizados con idoneidad.
 - También se podrá usar el Código de Ética y normas de conducta de la Federación Internacional de Contadores “IFAC”.

A nivel privado también hay iniciativas interesantes para regular estos temas éticos como lo fue el Pacto Ético Panameño Empresarial y Principios Básicos de Ética Empresarial desarrollados por la Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa (APEDE) y por miembros de la Comisión

de Coordinación y Redacción del Pacto Ético Empresarial de Panamá es una referencia interesante para las PYMES.

Por otro lado, hay diversas regulaciones aplicables a PYMES en Panamá (Ley No. 33 de 25 de Julio de 2000 Gaceta Oficial 24,106) que incluye temas de consideración ética que se deben tomar en cuenta como:

- Formalización y registro. La informalidad luego de la pandemia se ha confundido con las PYMES de forma errónea y distorsionada.
- Protección al medio ambiente.
- Cumplimiento con las normas de seguridad social, laborales y de salubridad.

Le ley No. 186 de 2 de diciembre de 2020 (Gaceta Oficial 29,167-B) que regula las sociedades de emprendimiento contempla varios principios de conducta ética también como lo son:

- Asamblea de socios, convocatoria y sesiones, así como reglas para las decisiones etc.
- Registros legales y contables digitales o en otro formato.
- Retiro de Socios.
- Distribución de utilidades.
- Facturación digital y transparencia.
- Conductas Delictivas – socios son solidarios responsables ante cualquier tipo de delitos.

Caso Guatemala:

El Colegio de Economistas, Contadores Públicos y Auditores y Administradores de Empresas fue emitido en junio de 1986 indica que “es deber de todo profesional ejercer en función interés nacional” que es “incompatible la actuación del profesional, cuando ésta implique aceptar, administrar, valar, representar o asesorar empresas no autorizadas para operar en el país, o

cuando estando autorizadas sus objetivos comprenden operaciones no reveladas en el proceso de autorización o no incluidas en las licencias y concesiones. Igualmente indica que es obligación del profesional cumplir y observar que cumplan las leyes del país” y define diversos tipos de responsabilidades:

1. Ante la sociedad inicialmente.
2. Hacia los clientes.
3. Con la profesión.

Como en otros países de Latinoamérica este código aplica a todos los contadores sin distinción.

Conclusiones y recomendaciones

Hay que reforzar el conocimiento y responsabilidades de la ética en todos los sentidos en especial para los contadores públicos que pertenecen o trabajan para PYMES en toda la región. Para estos efectos se recomienda que los gremios profesionales de contadores, universidades, los gobiernos o entidades públicas de control o gobierno de la profesión que reiteren obligatoriamente anualmente las normas éticas aplicables en cada país a través de entrenamientos orientados a recordar e interiorizar los factores éticos mínimos requeridos en cualquier tipo de trabajo, proyecto o iniciativa.

Exhortar a que dentro de los pénsum académicos de las universidades se incluya la materia de ética profesional y se requiera al menos 8 horas anuales de capacitación en estos temas como educación continua obligatoria y en países en donde existen los exámenes para renovar certificaciones o idoneidades se exija completar un curso de ética profesional orientando a mantener la mentalidad y responsabilidad ética en todos los ámbitos de aplicación.



Los dilemas éticos en las PyMEs son innumerables pero similares a los que se enfrentan en otros ámbitos o empresas o entidades grandes o multinacionales. La diferencia es la dimensión y consecuencias de un comportamiento laxo o inadecuado frente a clientes o colegas o accionistas, empleados y demás personas involucradas en decisiones financieras importantes.

Es hora de que se homologue el uso del Código de Ética de IFAC en todos nuestros países para que hablemos el mismo idioma con estándares iguales. Esto nos ayudaría a establecer mecanismos de regionalizar entrenamientos básicos de comportamiento ético que se puedan usar en varios países.

Capítulo 3: Los beneficios de la ética de una correcta conducta empresarial

La ética empresarial no es un lujo reservado a grandes corporaciones, sino una necesidad estratégica para las microempresas que desean crecer de forma sostenible, consolidar su reputación y fortalecer sus relaciones con empleados, clientes, proveedores y la sociedad en general. A continuación, se detallan los principales beneficios que una conducta ética puede generar, tanto en el ámbito económico como en el social.

3.1 Beneficios económicos

La implementación de prácticas éticas genera una serie de ventajas económicas tangibles para las microempresas, entre ellas:

a) Reducción de costos operativos

Una gestión ética implica transparencia, honestidad en las relaciones laborales y comerciales, y cumplimiento normativo. Esto reduce los riesgos de sanciones legales, multas por evasión de impuestos o conflictos laborales, lo que a su vez disminuye costos legales y administrativos. Además, al fomentar un clima laboral saludable, se reducen las tasas de rotación del personal y los costos asociados a la contratación y capacitación de nuevos empleados.

b) Aumento de la productividad

Los trabajadores que se sienten respetados, escuchados y tratados con justicia tienden a estar más motivados y comprometidos con los objetivos de la empresa. Un entorno laboral ético favorece la confianza, el trabajo en equipo y la eficiencia, traduciéndose en un mejor desempeño y mayor productividad.

c) Mejora de la imagen de marca

Una microempresa que actúa con integridad gana credibilidad entre clientes, proveedores y la comunidad. Esto puede traducirse en mayor fidelización de clientes, atracción de nuevos

consumidores conscientes del impacto social de sus compras y mejores relaciones comerciales. Además, en tiempos donde los consumidores valoran cada vez más la responsabilidad social, la ética se convierte en un diferenciador competitivo clave.

d) Acceso a nuevas oportunidades de mercado

Muchas entidades financieras, gobiernos y grandes empresas incluyen criterios éticos y de sostenibilidad en sus procesos de selección de proveedores o beneficiarios de crédito. Una microempresa ética tiene más posibilidades de acceder a alianzas estratégicas, licitaciones, programas de financiamiento y redes empresariales que valoran la responsabilidad social y ambiental.

3.2 Beneficios sociales

Las microempresas no solo generan valor económico, sino también social. Cuando actúan éticamente, sus impactos positivos se amplifican en diversas áreas:

a) Bienestar de los empleados

Una cultura ética promueve condiciones laborales dignas, equidad, respeto por los derechos humanos y políticas de inclusión. Esto repercute en la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, y contribuye a la cohesión social. Además, las prácticas éticas previenen el acoso, la discriminación y otras conductas dañinas en el entorno laboral.

b) Contribución al desarrollo de la comunidad

Las microempresas éticas tienden a establecer relaciones de largo plazo con su entorno local. Pueden involucrarse en actividades comunitarias, apoyar causas sociales o contribuir con empleo y servicios esenciales en zonas desfavorecidas. De esta forma, se transforman en agentes de desarrollo y fortalecen su legitimidad ante la comunidad.

c) Protección del medio ambiente

La ética empresarial también incluye el compromiso con la sostenibilidad ambiental. Las microempresas pueden adoptar prácticas como la reducción de residuos, el uso eficiente de recursos naturales, el reciclaje o la selección de proveedores responsables. Aunque estas acciones parezcan pequeñas, su impacto colectivo es significativo y ayuda a construir economías más resilientes y ecológicas.

Según Ferrero y Sison (2014), la gestión ética se refiere a los principios fundamentales de la conducta corporativa que las organizaciones deben mantener estrictamente en sus interacciones con las comunidades locales, clientes, proveedores y empleados. La honestidad, la integridad, la justicia y la confiabilidad son algunos ejemplos de estos valores. Las responsabilidades legales, éticas y socioambientales de las organizaciones son de valor considerable, además de su búsqueda de ganancias, a pesar de que las empresas siempre están trabajando para establecer una relación estable con todas las partes interesadas. Las empresas enfrentan peligros para su propia existencia y crecimiento a medida que se vuelven incontrolables en el desempeño de estas responsabilidades. Los principios rectores cruciales de la gestión moral evitan peligros y fortalecen la vida misma de las empresas al redistribuir los ingresos comerciales a los clientes, empleados y organizaciones.

3.3 Casos de éxito

A continuación, se presentan algunos ejemplos concretos de microempresas en América Latina que han demostrado cómo la ética puede ser un motor de éxito sostenible:

Paraguay: “Frutika” – Compromiso ético con el entorno y los trabajadores

Ubicación: Juan León Mallorquín, Alto Paraná

Sector: Agroindustria – Jugos y frutas procesadas

Resumen: Aunque comenzó como una pequeña empresa familiar, Frutika fue creciendo con una ética empresarial muy clara: pagar precios justos a productores, invertir en tecnología limpia, promover el bienestar de sus trabajadores y respetar el medio ambiente. Han instalado sistemas de tratamiento de residuos, garantizan buenas condiciones laborales y apoyan proyectos sociales y educativos en la zona.

Resultado: Frutika se ha consolidado como una marca nacional e internacional, exportando a Europa y generando empleo digno en zonas rurales. Su ética empresarial ha sido reconocida por instituciones como el Pacto Global de la ONU.

Brasil: “Morada da Floresta” – Innovación ecológica con impacto social

Ubicación: São Paulo

Sector: Productos ecológicos – Compostaje y reciclaje

Resumen: Esta microempresa nació con una visión ética: reducir el impacto ambiental de los residuos orgánicos. Promueve el compostaje doméstico y vende kits ecológicos producidos de forma sostenible. La empresa colabora con comunidades vulnerables y capacita a jóvenes para generar empleo verde.

Resultado: Morada da Floresta ha sido premiada por su impacto ambiental y social. Su enfoque ético ha atraído a clientes conscientes y alianzas con ONGs, además de permitirle crecer sin perder sus principios.

Argentina: “Tejidos del Alma” – Moda ética y empoderamiento femenino

Ubicación: Provincia de Buenos Aires

Sector: Textil – Diseño artesanal

Resumen: Fundada por un grupo de mujeres en situación de vulnerabilidad, esta microempresa se organizó como cooperativa bajo principios de comercio justo, trabajo digno, respeto a la identidad cultural y producción sustentable. No explotan mano de obra, no usan materiales contaminantes y promueven la inclusión social.

Resultado: Han logrado consolidarse como una marca reconocida en ferias de diseño y comercio justo, vendiendo a nivel nacional y en ferias internacionales. Su ética empresarial ha sido clave para obtener apoyo estatal y de organismos de cooperación.

Estos casos muestran cómo la ética empresarial no solo genera impacto social y ambiental, sino que también es una estrategia de crecimiento en mercados donde los consumidores valoran la transparencia, la sostenibilidad y la responsabilidad.

Capítulo 4: La Ética como una Responsabilidad Social

4.1 Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

La ética empresarial se centra en la diferencia entre lo correcto y lo incorrecto, en el cumplimiento de normas y regulaciones aceptables y justificadas, y en el comportamiento veraz de los propietarios y gerentes de empresas en cuanto al cumplimiento de la ley, el respeto a las personas y al medio ambiente (Belás et al., 2020). La Responsabilidad Social Empresarial, se refiere a las prácticas empresariales y sus relaciones más allá del ámbito mercantil. Involucra diversas posturas políticas, económicas, éticas, sociales, ambientales, que no pueden considerarse bajo una perspectiva neutral, sino que insta a humanizar las prácticas empresariales del presente (Rengifo y Sánchez, 2022). La responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente va más allá de sus obligaciones legales. Las microempresas, pese a su pequeño tamaño, tienen la oportunidad de practicar RSC animando, por ejemplo, a la comunidad local, un buen entorno laboral, enfoques ambientales sostenibles o la cooperación con otros.

La responsabilidad social empresarial también se considera una herramienta estratégica para aumentar la competitividad de las PYMES. Aunque su impacto no suele expresarse en datos concretos ni tampoco manifestarse en el corto plazo, la RSC puede influenciar positivamente la competitividad de las PYMES; como tendencia en las empresas en el contexto mundial que les permita adaptarse de forma dinámica con el medio ambiente (Salaiza et al., 2020).

Algunos ejemplos prácticos de RSC en PYMES, muestran cómo pueden ser la fuerza impulsora del desarrollo sostenible y un motor clave de cambio en términos de generar un impacto positivo en su ecosistema. La demanda de empresas más responsables en la sociedad moderna no es lo único que guía la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), sino también los beneficios competitivos que crea. Al hacerlo, las empresas no solo pueden

ayudar a lograr el desarrollo sostenible, sino que también pueden curar su propia prosperidad a largo plazo, creando un mejor futuro para todos.

Las microempresas pueden integrar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de forma efectiva y generar valor a través de: Valores y ética; Alianzas; Impacto enfocado a priorizar áreas de la (RSE); Comunicación transparente; Cadena de suministro sostenible; Cultura de aprendizaje; Apoyo a poblaciones vulnerables; Conciencia ambiental; Formación comunitaria; y, Gobernanza ética.

Entre los motivos más importantes para emplear prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las PyMEs, se destaca: Mejora de la reputación y la imagen corporativa; Alineación con las expectativas de los consumidores; Reducción de riesgos y mejora en la gestión; Atracción y retención de talento; Impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente; Innovación y eficiencia; Cumplimiento de estándares y acceso a nuevos mercados; Activismo y movimientos sociales.

Por otro lado, la adopción de RSE por parte de las Pymes está motivada por los valores y creencias de la empresa, las relaciones con la comunidad local, el deseo de cumplir con las normas y reglamentos y los motivos comerciales (Colovic, et al., 2019).

4.2. Diferencia entre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y cumplimiento regulatorio

El cumplimiento regulatorio se ajusta a las normas y leyes que una empresa debe seguir para operar legalmente, mientras que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) va más allá de las obligaciones legales, representando el compromiso voluntario de la empresa de contribuir al desarrollo social y ambiental. Es un enfoque proactivo, en lugar de reactivo, buscando influir positivamente en la sociedad.

Es así como las microempresas, a pesar de su tamaño, desempeñan un papel significativo en la economía y en el impacto ambiental. La creciente conciencia sobre la sostenibilidad ha llevado

a una mayor atención a la ética empresarial en este sector. Explorar la relación entre la ética y el medio ambiente en microempresas requiere considerar varios aspectos claves:

El impacto ambiental de las microempresas: Aunque individualmente su impacto puede parecer menor, la suma del impacto de miles de microempresas puede ser considerable. Esto incluye el consumo de recursos (agua, energía), la generación de residuos (sólidos, líquidos, emisiones), y la contaminación (aire, agua, suelo). La naturaleza de la actividad económica de la microempresa determinará su huella ambiental específica.

La ética empresarial y la responsabilidad ambiental: La ética empresarial implica la adopción de prácticas que minimicen el impacto ambiental negativo y promuevan la sostenibilidad. Esto puede incluir la implementación de medidas de eficiencia energética, la reducción de residuos, el uso de materiales reciclados o biodegradables, y la adopción de prácticas de producción limpia. La transparencia y la rendición de cuentas también son cruciales.

Los desafíos para las microempresas: A menudo enfrentan desafíos específicos en la adopción de prácticas ambientalmente responsables. Estos pueden incluir la falta de recursos financieros para invertir en tecnologías limpias, la falta de acceso a información y capacitación sobre prácticas sostenibles, y la competencia con empresas que no priorizan la sostenibilidad. La complejidad de la regulación ambiental también puede ser un obstáculo.

Oportunidades y beneficios: Adoptar prácticas éticas y ambientalmente responsables puede ofrecer a las microempresas varias ventajas. Esto puede incluir una mejora de la imagen de marca, un aumento de la competitividad, el acceso a nuevos mercados (consumidores cada vez más conscientes del medio ambiente), y la posibilidad de acceder a financiamiento verde.

El papel de las políticas públicas: Las políticas públicas juegan un papel fundamental en el apoyo a las microempresas en la adopción de prácticas sostenibles. Esto puede incluir incentivos financieros, programas de capacitación, y la simplificación de la regulación ambiental. La

colaboración entre el gobierno, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado es esencial.

En este contexto, la gobernanza ética es crucial para las microempresas, no sólo por razones morales, sino también por su impacto en la sostenibilidad, la reputación y la competitividad. Establecer sistemas de gobernanza éticos implica la creación de códigos de conducta y mecanismos de control interno robustos, adaptados a la escala y características específicas de estas empresas.

Una sólida gobernanza ética genera confianza entre empleados, clientes, proveedores y la comunidad, mejorando la reputación de la microempresa. Así como un ambiente de trabajo ético atrae y retiene a empleados comprometidos y talentosos y permite la sostenibilidad a largo plazo.

Es importante reconocer que la implementación de sistemas de gobernanza éticos en microempresas puede presentar desafíos específicos debido a sus limitados recursos. Sin embargo, la simplicidad y la adaptabilidad son claves. Se pueden utilizar herramientas y recursos gratuitos o de bajo costo, y se puede fomentar la participación activa de todos los miembros de la empresa en la construcción y aplicación de estos sistemas. La colaboración con otras microempresas o con organizaciones de apoyo puede facilitar el proceso.

4.3 Gobernanza ética

Gobernanza ética en microempresas: Códigos de conducta y mecanismos de control interno.

La gobernanza ética es crucial para las microempresas, no sólo por razones morales, sino también por su impacto en la sostenibilidad, la reputación y la competitividad. Establecer sistemas de gobernanza éticos implica la creación de códigos de conducta y mecanismos de control interno robustos, adaptados a la escala y características específicas de estas empresas.

Importancia de la Gobernanza Ética en Microempresas:

Confianza y reputación: Una sólida gobernanza ética genera confianza entre empleados, clientes, proveedores y la comunidad, mejorando la reputación de la microempresa.

Atracción y retención de talento: Un ambiente de trabajo ético atrae y retiene a empleados comprometidos y talentosos.

Reducción de riesgos: La implementación de controles internos y la adhesión a un código de conducta minimizan los riesgos legales, financieros y reputacionales.

Sostenibilidad a largo plazo: La gobernanza ética promueve prácticas sostenibles, asegurando la viabilidad a largo plazo de la microempresa.

Acceso a financiamiento: Inversores y prestamistas suelen valorar positivamente las empresas con una fuerte gobernanza ética.

Creación de Códigos de Conducta: Un código de conducta debe ser:

Claro y conciso: Fácil de entender y aplicar por todos los miembros de la empresa.

Específico: Debe abordar las cuestiones éticas relevantes para el sector y las operaciones de la microempresa. Esto podría incluir temas como la protección del medio ambiente, la transparencia financiera, la seguridad laboral, la no discriminación y la protección de datos.

Consistente: Debe reflejar los valores y la cultura de la empresa.

Comunicado y difundido: Debe ser ampliamente comunicado y comprendido por todos los empleados.

Regularmente revisado: Debe ser revisado y actualizado periódicamente para asegurar su vigencia y relevancia.

Mecanismos de Control Interno: Los mecanismos de control interno deben:

Monitorear el cumplimiento: Proporcionar un sistema para monitorear el cumplimiento del código de conducta.

Reportar irregularidades: Establecer un procedimiento claro para reportar irregularidades o violaciones del código de conducta.

Investigar las denuncias: Proporcionar un mecanismo para investigar las denuncias de manera objetiva e imparcial.

Aplicar sanciones: Definir las sanciones por incumplimiento del código de conducta.

Promover la transparencia: Fomentar la transparencia en las operaciones de la empresa.

Adaptación a la realidad de las microempresas: Es importante reconocer que la implementación de sistemas de gobernanza éticos en microempresas puede presentar desafíos específicos debido a sus limitados recursos. Sin embargo, la simplicidad y la adaptabilidad son claves. Se pueden utilizar herramientas y recursos gratuitos o de bajo costo, y se puede fomentar la participación activa de todos los miembros de la empresa en la construcción y aplicación de estos sistemas. La colaboración con otras microempresas o con organizaciones de apoyo puede facilitar el proceso.



En resumen, la gobernanza ética no es un lujo, sino una necesidad para las microempresas que buscan prosperar de manera sostenible y responsable. La creación de códigos de conducta y la implementación de mecanismos de control interno son pasos cruciales para construir una cultura ética y fortalecer la competitividad a largo plazo.

Capítulo 5: Microempresas y PyMEs: diferentes pero parecidas

Aunque las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) comparten muchas características y desafíos comunes, también presentan diferencias clave que influyen en la forma en que enfrentan los temas de ética empresarial. Este capítulo analiza estas similitudes y diferencias, la posibilidad de escalar modelos éticos entre ellas y cómo estas observaciones pueden guiar la formulación de políticas públicas más efectivas.

5.1 Comparación y contraste: similitudes y diferencias éticas

En cuanto a las similitudes, se resalta lo siguiente:

Limitaciones de recursos: Tanto las microempresas como las PyMEs suelen operar con recursos financieros, humanos y tecnológicos limitados, lo cual puede dificultar la implementación de prácticas éticas estructuradas o certificaciones formales de responsabilidad social.

Relación directa con el entorno: En ambos casos, las decisiones éticas (o no éticas) tienen un impacto inmediato y visible en empleados, clientes, proveedores y la comunidad local. Esto hace que la reputación sea un activo clave para ambas.

Informalidad en los procesos: Especialmente en América Latina, muchas de estas empresas carecen de estructuras formales de gestión ética (como códigos de conducta), y dependen más del liderazgo ético de los fundadores o propietarios.

En cuanto a las diferencias, se muestra la siguiente tabla:

Aspectos	Microempresas	PyMEs
Capacidad de implementación	Difícil implementar políticas éticas formales	Mayor capacidad de institucionalizar prácticas éticas
Alcance de impacto	Impacto más local y directo	Impacto más amplio, incluso nacional o internacional

Aspectos	Microempresas	PyMEs
Visibilidad pública	Menor visibilidad, menor presión externa	Mayor visibilidad, presión de reguladores y mercado

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Las diferencias sugieren que, si bien ambas enfrentan desafíos éticos, las estrategias de abordaje deben adaptarse a su escala, estructura y contexto.

5.2 Escalabilidad de los modelos éticos

Se refiere a la capacidad de adaptar y ampliar los modelos de gestión ética diseñados para microempresas a empresas de mayor tamaño, como las PyMEs. Esto implica considerar varios factores claves:

Complejidad Organizacional: Las PyMEs tienen estructuras más complejas que las microempresas, con más empleados, departamentos y niveles jerárquicos. Un modelo ético escalable debe adaptarse a esta complejidad, incluyendo mecanismos de comunicación, supervisión y rendición de cuentas más robustos.

Recursos: Las PyMEs suelen tener más recursos que las microempresas, pero estos pueden ser limitados en comparación con grandes corporaciones. Un modelo ético escalable debe ser eficiente en cuanto a recursos, evitando la sobrecarga administrativa y optimizando la asignación de responsabilidades.

Cultura Organizacional: La cultura organizacional de una Pyme puede ser diferente a la de una microempresa. El modelo ético debe ser adaptable a diferentes culturas y valores, promoviendo la integración y la aceptación de los principios éticos dentro de la organización.

Tecnología: La tecnología puede desempeñar un papel crucial en la escalabilidad de los modelos éticos. Sistemas de gestión de riesgos, plataformas de formación online y herramientas de

monitorización ética pueden facilitar la implementación y el seguimiento del modelo en una organización más grande.

Legislación y Regulación: Las PyMEs están sujetas a diferentes regulaciones y leyes dependiendo de su sector y tamaño. Un modelo ético escalable debe cumplir con todos los requisitos legales y normativos aplicables.

Adaptación y Escalado: La adaptación de un modelo ético de microempresas a PyMEs requiere un análisis cuidadoso de los puntos anteriores. Esto puede implicar: Modularidad; Flexibilidad; Formación y Evaluación y Monitoreo.

La gestión ética en microempresas se basa mayormente en principios personales, liderazgo directo y prácticas informales pero coherentes. Estos modelos, aunque sencillos, pueden ser escalables hacia PyMEs con ciertas adaptaciones: de lo personal a lo institucional; de la intuición a la estrategia; y, de lo local a lo global.

Los modelos éticos pueden ser escalados, pero requieren profesionalización, sistematización y una cultura organizacional sólida para sostenerlos en estructuras empresariales más complejas.

5.3 Implicaciones para las políticas públicas

Los hallazgos de esta comparación tienen importantes implicaciones para el diseño de políticas públicas orientadas a promover la ética empresarial en ambos tipos de empresas:

a) Políticas diferenciadas por tamaño: Dado que las microempresas y PyMEs tienen capacidades distintas, las políticas públicas deben ser segmentadas. Por ejemplo, para microempresas es más útil ofrecer talleres prácticos, asesorías personalizadas y campañas de sensibilización, mientras que para PyMEs pueden ofrecerse incentivos fiscales por buenas prácticas, certificaciones de RSE o acceso a fondos de sostenibilidad.

b) Inclusión de criterios éticos en los programas de financiamiento y compras públicas: Los gobiernos pueden promover la ética empresarial al establecer criterios de comportamiento ético como condición para acceder a créditos públicos, fondos de fomento o contratos estatales. Esto estimula la adopción de buenas prácticas sin necesidad de obligatoriedad.

c) Educación y formación empresarial con enfoque ético: Incluir módulos de ética empresarial en los programas de formación técnica, emprendedora y gerencial permite que tanto micro como pequeños empresarios internalicen la importancia de actuar con responsabilidad desde los inicios de su actividad.

d) Fortalecimiento del ecosistema ético: Es clave fomentar redes empresariales, cámaras de comercio y asociaciones que promuevan la ética como un estándar sectorial. El Estado puede apoyar a estas organizaciones para que funcionen como multiplicadores de buenas prácticas.

Las políticas públicas en la promoción de la ética empresarial en microempresas y Pymes

Existe una relación armoniosa entre las empresas y el entorno en el que desarrollan sus actividades, en las cuales la ética y la responsabilidad social empresarial cobran relevancia (Scavone y Marchesano, 2021). La ética empresarial y la responsabilidad social, son conceptos interrelacionados que buscan promover prácticas comerciales justas, honestas y sostenibles. Una estrategia éticamente correcta en los negocios tiene que ver con los medios que se eligen para conseguir los objetivos de una empresa, con el propósito de que contribuya a que los miembros de la organización y la sociedad alcancen su plenitud (Miranda, 2019).

La ética empresarial se ha identificado como un factor clave para mejorar la reputación, atraer inversiones y fomentar relaciones sólidas con los stakeholders. Sin embargo, estudios recientes indican que muchas microempresas carecen de códigos de ética y desconocen los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), lo que evidencia una brecha significativa en la implementación de prácticas éticas (Figuerola, et al., 2024).

Hay una obligación directa en la gestión de los asuntos públicos, que cabe exigir a los gobiernos, a las empresas y sus directivos y a las organizaciones políticas y sociales (Scavone y Marchesano, 2021, p.62). A pesar de su trascendencia, la integración efectiva de políticas públicas orientadas a fomentar la ética y la integridad en Pymes aún presenta brechas significativas. La literatura contemporánea subraya que la adopción de prácticas éticas no sólo mitiga riesgos legales y reputacionales, sino que también potencia la confianza de los stakeholders, optimiza la eficiencia operativa y cataliza la innovación.

Al respecto, la falta de promoción de la RSE en las contrataciones públicas limita las oportunidades de las MiPymes para participar en procesos gubernamentales, restringiendo su crecimiento y desarrollo (Ramírez, 2014). Esta situación se agrava por la percepción de que la competitividad puede lograrse a expensas de la ética (Zorrilla, 2020).

El problema central radica en la insuficiente articulación y aplicación de políticas públicas que logren permear efectivamente en la cultura organizacional de las microempresas y Pymes, transformando la ética de un concepto abstracto a una práctica intrínseca y generadora de valor. Si bien existe un reconocimiento generalizado sobre la importancia de la ética, la transposición de este entendimiento a acciones concretas y medibles en el día a día de estas organizaciones a menudo se ve obstaculizada por la falta de recursos, conocimiento especializado y, en ocasiones, la percepción de que la ética es un costo adicional y no una inversión estratégica.

Diversos estudios revelan la magnitud del impacto de la falta de ética. A nivel global, la corrupción, una manifestación patente de la ausencia de ética empresarial, representa un costo anual estimado de 2.6 billones de dólares, equivalentes al 5% del PIB mundial, afectando desproporcionadamente a las Pymes al limitar su acceso a mercados y financiamiento (Banco Mundial, 2024).

En el contexto económico de América Latina y el Caribe, las microempresas y pequeñas y medianas empresas (MiPymes) constituyen el 99,5% del total de empresas y generan aproximadamente el 60% del empleo formal. La falta de políticas públicas efectivas que

promuevan la ética empresarial en este sector limita su competitividad y sostenibilidad a largo plazo (OCDE, 2024; Scavone y Marchesano, 2021).

En América Latina, se estima que las pérdidas por sobornos y prácticas corruptas ascienden a 100 mil millones de dólares anuales, impactando directamente la capacidad de las microempresas para competir equitativamente (Transparencia Internacional, 2023). Un informe de la OCDE (2022) destaca que las empresas con altos estándares de ética tienen un 20% más de probabilidad de atraer inversión extranjera directa y de establecer alianzas estratégicas, lo que contrasta con la realidad de muchas microempresas que carecen de estas oportunidades. Además, una encuesta de Edelman (2023) reveló que el 81% de los consumidores globales considera que la confianza en una empresa es un factor decisivo en sus decisiones de compra, un aspecto fundamental para las microempresas que dependen en gran medida de la lealtad del cliente. Finalmente, la falta de integridad empresarial puede llevar a la pérdida de talento: un estudio de Deloitte (2024) indica que el 60% de los empleados jóvenes preferiría trabajar para una empresa con un fuerte compromiso ético, incluso si ello implica un salario ligeramente inferior.

La literatura contemporánea, Freeman et al., (2020) en su enfoque de la teoría de los stakeholders, argumenta que la ética empresarial no es un anexo, sino un componente inherente a la creación de valor sostenible, especialmente en organizaciones con recursos limitados como las microempresas. En esta línea, Ghoshal (2005) ya señalaba que una gestión basada en la confianza y la integridad fomenta la colaboración y la innovación, elementos esenciales para la competitividad. Sin embargo, la implementación de estas teorías en el ámbito de las políticas públicas dirigidas a microempresas y Pymes a menudo carece de la granularidad y adaptabilidad necesarias para sus realidades operativas. Se observa una tendencia a replicar modelos de grandes corporaciones sin considerar las particularidades de escala, estructura y recursos de las microempresas, generando una desconexión entre el diseño de las políticas y su efectividad práctica.

Políticas públicas y la ética empresarial en Pymes:

Las políticas públicas pueden transformar incentivos, capacidades y oportunidades del sector para que la ética deje de ser un ideal y pase a prácticas observables y sostenibles en el día a día.

Para las Pymes, las políticas públicas pueden tener un impacto directo en su funcionamiento, crecimiento y desarrollo. De modo que este puede ser tanto positivo como negativo, dependiendo de diversos factores. A pesar de todos los esfuerzos por mejorar, también existen políticas que generan desafíos para las Pymes, como lo son las regulaciones excesivas, altos costos de cumplimiento y restricciones comerciales pueden dificultar su funcionamiento y competitividad, puesto que estas empresas cuentan con recursos limitados y su crecimiento es lento ocasionando que no cuenten con la suficiente capacidad para cumplir con todos los requerimientos que tienen este tipo de políticas que les ocasionan diferentes panoramas que afectan su capacidad de crecimiento y desarrollo (Alvarado y Castillo, 2024).

La responsabilidad social corporativa (RSC) se ha tomado en cuenta principalmente en las grandes corporaciones de América Latina. La región ha comenzado a aplicarla naturalmente en las estrategias y prácticas de las pequeñas y medianas empresas, es decir, una mezcla de los tres niveles. Muchas organizaciones se preocupan por capacitar a líderes empresariales y profesionales en sus primeras etapas de desarrollo en Pymes. En Brasil, el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE) ha ofrecido programas para desarrollar habilidades gerenciales, información tecnológica y formación en contabilidad y economía, capacitando a los ciudadanos para acceder al mercado. Otras instituciones tienen objetivos similares en toda Latinoamérica (Coutinho, 2009).

De acuerdo con esto, un estudio reciente relacionado con el impacto de las políticas públicas financieras y el efecto que poseen sobre las Pymes en Costa Rica, evidencia que, a pesar de que las políticas públicas están realizadas para ayudar y proveer beneficios al sector de servicio, los empresarios no acceden a beneficios debido a que los requisitos para aplicar son difíciles de

cumplir y cuando se accede a alguno de ellos para salir de deudas terminan obteniendo otro pasivo que les lleva a un efecto en cadena y a una posible quiebra de la empresa (Viquez, 2021). Las políticas públicas que promueven la ética en Pymes deben articular incentivos (demanda y financiamiento), capacidades (capacitación y asistencia técnica) y regulación proporcional (normas y mecanismos de control adaptados al tamaño de la empresa). Instrumentos como compras públicas sostenibles, versiones simplificadas de compliance, incentivos financieros vinculados a buenas prácticas y sellos de responsabilidad permiten transformar los incentivos y reducir las barreras de adopción para empresas con recursos limitados. En Chile, por ejemplo, las directivas de contratación pública orientadas a la sustentabilidad (Directiva N°13 y N°25) establecen marcos para incorporar criterios sociales y ambientales en procesos de contratación, convirtiendo a la demanda pública en una palanca para el cambio.

Las implicaciones prácticas son múltiples. Primero, la incorporación de criterios éticos en licitaciones públicas crea un incentivo económico directo: las empresas que adoptan prácticas responsables mejoran su acceso a contratos y mercados. Segundo, la combinación de normativa con acompañamiento técnico reduce la percepción de “costo” de la ética, transformándola en inversión: capacitaciones, guías prácticas y mentorías facilitan la implementación de códigos de conducta adaptados y canales de denuncias accesibles. Tercero, los sellos y certificaciones actúan como señal reputacional que incrementa la confianza de consumidores y compradores institucionales.

Recomendaciones concretas para diseño e implementación de políticas públicas orientadas a MiPymes: Compras públicas responsables con acompañamiento técnico; Incentivos financieros ligados a prácticas responsables; Programas de capacitación modular y codiseñados; Sistemas de reconocimiento y señalización pública y, Monitoreo, transparencia y evaluación.

La política pública que busca promover la ética en Pymes debe combinar demanda pública responsable, incentivos económicos, capacitación práctica y mecanismos de transparencia. Solo

así la ética dejará de ser un enunciado normativo y pasará a ser un activo competitivo, integrando a las microempresas y Pymes en cadenas de valor más justas y sostenibles.

Ejemplos concretos de políticas en países

Políticas y mecanismos existentes que apuntan a promover prácticas responsables en empresas de menor tamaño:

Chile — Compras públicas sostenibles y modernización para favorecer Pymes: Chile Compra ha desarrollado directivas y orientaciones para incorporar criterios de sustentabilidad e inclusión en procesos de contratación pública (Directivas N°13 y N°25, y una tendencia hacia compras públicas más inclusivas). Además, la Ley N°21.634 (publicada en diciembre de 2023) moderniza la Ley de Compras Públicas para fomentar la participación de empresas locales y de menor tamaño, e introducir mayor probidad y criterios de valor más allá del precio. Estos instrumentos permiten requerir criterios sociales/ambientales en licitaciones y crear condiciones para que las Pymes compitan en igualdad.

México — Políticas de fomento de RSE y articulación con Secretaría de Economía: La Secretaría de Economía y programas afines promueven la RSE entre empresas de distintos tamaños mediante guías, capacitación y reconocimiento de buenas prácticas. Se impulsan acciones para formalizar y capacitar Pymes en gestión social y ambiental, combinando incentivos y asistencia técnica. Esto busca transformar la RSE en ventaja competitiva para las Pymes.

Brasil — Preferencias y políticas diferenciadas para micro y pequeñas empresas: La política para Pymes en Brasil incorpora tratamiento preferente y medidas de formalización y programas de apoyo técnico. Aunque el foco no siempre es exclusivamente “ética”, dichas políticas crean un entorno institucional más favorable a la formalidad y a la adopción de estándares de gobernanza que refuerzan prácticas responsables en el segmento micro y pequeño.

Colombia — Programas y literatura sobre RSE en Pymes; iniciativas locales de compras responsables: Existen guías, estudios y programas de formación que buscan trasladar prácticas de RSE a Pymes colombianas; además algunas entidades territoriales y programas de compras responsables han incorporado criterios sociales y ambientales en contrataciones locales para favorecer empresas con mejores prácticas. La literatura local documenta tanto avances como brechas en adopción.

Las Pymes están constantemente influenciadas por las políticas públicas, ya que son las que regulan el funcionamiento de estas y organiza su accionar de la mejor manera posible; por tanto, “los administradores y dueños de Pymes dirigen sus negocios mediante un proceso tan cotidiano, que pocas veces se le presta atención a la toma de decisiones, tal es su importancia, que genera impactos positivos o negativos sobre la propia empresa” (Grumberg et al., 2022, p. 11).

De acuerdo con Alvarado y Castillo (2024), constituyen políticas públicas:

1. Acceso a financiamiento. Las políticas públicas relacionadas con el acceso a financiamiento pueden influir en las decisiones de inversión y crecimiento de las Pymes, puesto que es conveniente tanto económicamente como en lo social, estas empresas cumplen con una parte importante de la actividad de trabajo y además generan gran parte de la producción. El acceso a recursos financieros es limitado para las Pymes en diversas circunstancias, este tipo de apoyo es regularmente para las grandes empresas, en consecuencia, las Pymes son las principales perjudicadas.

2. Políticas fiscales. Las políticas públicas relacionadas con los impuestos y los incentivos fiscales también pueden influir en las decisiones de las Pymes, tanto que pueden afectar la economía de estas, así como la realización de solicitudes para préstamos.

3. Regulaciones y trámites administrativos. Las políticas públicas incluyen la simplificación de los trámites administrativos y reducir la burocracia, lo cual ocasiona un impacto en las decisiones de las Pymes. Si estas empresas poseen medidas que agilicen los procesos de registro, permisos o licencias, pueden sentirse más motivadas a emprender o expandir sus actividades, y, así mantener un impacto positivo permitiendo que se concentren más en sus operaciones y en el crecimiento de su negocio.

4. Programas de capacitación y asistencia técnica. Las políticas públicas que promueven la capacitación empresarial y brindan asistencia técnica a las Pymes pueden influir en las decisiones relacionadas con la mejora de habilidades y conocimientos de los emprendedores y empleados de manera positiva, ya que tendrán mayores conocimientos y accesibilidad a su campo productivo y además brindar una atención más personalizada a sus clientes.

5. Políticas de apoyo al emprendimiento. Las políticas públicas que fomentan el espíritu emprendedor y facilitan la creación y consolidación de nuevas Pymes pueden influir en las decisiones de los individuos para iniciar un negocio, ya que estarán motivados y con un mejor horizonte de lo que desean lograr como empresa.

Las políticas públicas parecen no ser lo suficientemente sólidas como para corregir las disparidades extremas. Esto abre buenas oportunidades para la iniciativa privada a través de micro y pequeñas empresas que encuentran nichos de mercado. Estas contribuyen a una mejor distribución de la riqueza, a la vez que impulsan una mejor calidad de la educación y otros servicios sociales. Considerando su impacto en la sociedad, algunas políticas públicas las ayudan a superar obstáculos en la producción y la comercialización, preparándose para competir con las grandes corporaciones (Coutinho, 2009).

Para competir con las grandes corporaciones, las pymes latinoamericanas necesitan contar con una legislación adecuada que las proteja: impuestos compatibles con sus condiciones; agilidad para asegurar patentes en sus procesos de innovación; control de la piratería; y apoyo contra la competencia depredadora (Coutinho, 2009).

Las pequeñas y medianas empresas estadounidenses están reguladas por la Ley de Pequeñas Empresas (Small Business Act), que incluye información sobre la facilitación de la transferencia de tecnología, la participación y el apoyo a emprendedores minoritarios, instalaciones de producción compartidas, acceso a datos en línea y la reducción del uso de papel (Ion, 2020).

De acuerdo con Ion (2020). Por su lado, los países más ricos del Sudeste Asiático no sólo abrieron oficinas dedicadas a políticas públicas para las Pymes, sino que también emitieron regulaciones y programas para desarrollar y apoyar este creciente sector económico a través de inversiones verdes. Las políticas públicas para Pymes en los países del Sudeste Asiático aún no se centran en los principios éticos y de sostenibilidad. Sin embargo, las prometedoras perspectivas para las Pymes en estos países, gracias al aumento de las inversiones en las cadenas de valor globales, ofrecen una nueva perspectiva sobre cómo mejorar dichas políticas.

Capítulo 6: Conclusiones: la sinergia entre la ética y la integridad, el ejercicio profesional y la gestión ética como instrumento para el desarrollo sostenible de las microempresas.

La ética y la integridad, la práctica profesional y la gestión basada en principios son una parte integral del debate sobre la gestión de la sostenibilidad empresarial. Estas características son particularmente importantes para las microempresas, ya que pueden influir no solo en el éxito a corto plazo, sino también en la ventaja competitiva a largo plazo e incluso en la mera supervivencia.

Este artículo aborda el vínculo centrándose en las percepciones de contadores y auditores en las que la integridad y la ética están entrelazadas en la gestión diaria del personal, apoyando el desarrollo sostenible.

Este informe, compuesto sobre la base de 20 preguntas clave, descompone cómo la ética es una herramienta estratégica en oposición a un ideal moral. Se basa en evidencia para considerar los efectos de la integridad en las decisiones financieras, la construcción de la reputación y las relaciones basadas en la confianza con los clientes, proveedores y la sociedad en general.

El "consenso ético" como la victoria fácil, planteado al menos como la fase práctica y también con la fuerza directa del Estado, el desafío del respeto, por supuesto, todavía tiene grandes problemas.

Esta lectura registrará esta creencia, pero también intervendrá en la discusión sobre cómo las microempresas pueden considerar la ética y la gestión profesional como un instrumento concreto para su progreso sostenible.

6.1 Síntesis de los resultados de la encuesta

Pregunta 1: ¿Crees que las microempresas han tenido un impacto considerable en los últimos años?

El 95% de los profesionales encuestados confirma que las microempresas han tenido un impacto importante. Esta respuesta masiva subraya la percepción generalizada del rol vital que desempeñan estas entidades en la economía. Las razones detrás de este consenso radican en su capacidad para actuar como un motor de crecimiento, de generación de empleo, así como impulsor de la innovación y de resiliencia. A diferencia de las grandes corporaciones con estructuras rígidas, las microempresas son más flexibles y se adaptan rápidamente a los cambios del mercado. Las microempresas no están atadas al funcionamiento pesado de las grandes corporaciones y se ajustan más fácilmente a nuevas situaciones de mercado.

El (5%) en desacuerdo argumenta que el impacto individual de cada microempresa es limitado. De igual forma indican que enfrentan barreras significativas que restringen su crecimiento, como la falta de acceso a financiamiento o regulaciones complejas. La conclusión es que los profesionales del sector ven a las microempresas como actores económicos fundamentales. Esto sugiere que cualquier análisis sobre la competitividad de un país o región debe considerar seriamente la salud de este sector.

Pregunta 2: ¿Consideras que la falta de ética en los negocios influye en el desempeño y crecimiento de las microempresas?

Un 97% de los participantes cree que el comportamiento poco ético tiene un impacto en el crecimiento y rendimiento de las microempresas. Esto es coherente con la percepción de que existe una asociación entre la ética y el concepto de negocios.

Es razonable pensar que la confianza de los clientes se pierde si se detecta marketing deshonesto, o si se incumple con los acuerdos. Cuando los clientes no se sienten confiados con una empresa, eventualmente dejan de usar sus productos o servicios, lo que, a su vez, impacta directamente en las ventas, así como en el rendimiento y el crecimiento de la microempresa; por lo que la reputación y la rentabilidad de la empresa podrían verse afectadas, producto de la falta de confianza en la empresa.

En función de la reputación como valor fundamental, es preciso recordar que dependen de las buenas referencias, así como de mantenerse cercanos a la comunidad. La ética empresarial una vez cuestionada, puede llevar a una microempresa a un punto de quiebre en términos de fiabilidad, muy rápidamente.

En comparación, solo un 3% no cree que sea influyente, dado que pueden percibir que tanto el precio como la velocidad de entrega en términos de servicio son más relevantes para el crecimiento a corto plazo. Pero prácticamente todos están de acuerdo en que, a largo plazo, los costos serán prohibitivos.

Pregunta 3: ¿Considera usted que la ética empresarial influye directamente en la competitividad de las empresas?

En nuestra encuesta, un impresionante 90% de los participantes nos dijo que la ética es clave para la competitividad. Esto nos muestra que ser ético no es solo una cuestión de moralidad, sino que realmente te da una ventaja en el mercado.

Cuando un negocio actúa con honestidad y transparencia, se gana una reputación de hierro. Y esa reputación funciona en tres niveles: atrae a clientes nuevos, ayuda a retener a los mejores empleados y fortalece las relaciones con otros negocios a largo plazo. Hoy en día, la gente no solo quiere un buen producto o servicio; también busca confiar en la marca. Un negocio que se guía por principios sólidos se ve más genuino, más abierto. Esto lo ayuda a sobresalir en un mar de opciones.

Esta reputación es un intangible de gran importancia sin coste alguno y atrae a clientes recurrentes que pagarán un premium por productos de confianza. La confianza pública también puede resultar invaluable en una situación de emergencia, ya que a una empresa con una reputación significativa se le puede conceder el beneficio de la duda.

En cuanto a atraer y retener talento, estos son en última instancia asuntos morales para los empleados. La fuerza laboral actual desea más que un salario, quieren trabajar en un lugar donde sean respetados y sus valores resuenen con las empresas para las que trabajan. Cuando una empresa gana una reputación por ser directa y honesta, es más atractiva para el talento superior que busca la capacidad de atraer y retener buenos empleados. Esto, en última instancia, reduce la rotación de personal y, por lo tanto, los costos como el reclutamiento y la capacitación, pero también mejora la productividad y la competitividad.

Una minoría del 10% cree que la competitividad está siendo impulsada por impulsores económicos más tradicionales basados en la presión de costos/innovación y que los asuntos éticos son un factor secundario en las decisiones de compra. Sin embargo, la encuesta en su conjunto indica que el mercado es para la ética empresarial.

Pregunta 4: ¿Una microempresa debería contar con un código de ética formalmente establecido?

El 97% también cree que las microempresas necesitan tener un código de ética escrito. Esto indica que, incluso en entidades pequeñas, los profesionales de la industria perciben un valor estructurado y realista en institucionalizar la ética.

Los argumentos a favor de este punto son:

- El deseo de proporcionar a los empleados un marco claro,
- Profesionalizar la empresa,
- Establecer un marco en términos de toma de decisiones.

Funcionalmente, un código de ética es el primer paso hacia la formalización, una demostración para clientes, inversores y socios de que una empresa opera bajo estándares serios y valora su reputación.

Tal nivel de formalización construye credibilidad y añade el factor de respeto en el mercado, lo que puede dar acceso a nuevas oportunidades y mejores relaciones comerciales.

Quizás el 3% debería reflexionar sobre que, en un entorno pequeño, la cultura ética puede transmitirse oralmente y que un documento podría no ser necesario. Pero la mayoría acepta que se necesita algún código formal para crear un poco de claridad y credibilidad.

Pregunta 5: ¿Cree que las prácticas éticas son tan relevantes en las microempresas como en las grandes corporaciones?

La ética es tan importante para las microempresas como para las grandes compañías.

Prueba: 97%.

Esta respuesta niega la noción de que la ética es un “lujo” sólo accesible para los grandes negocios. En parte, la razón de esto es que, para la microempresa, su reputación como empresa local es su activo más valioso y un fracaso ético puede resultar catastrófico.

Para aclarar esto un poco, para una pequeña empresa la reputación lo es todo. Una pequeña empresa no tiene los recursos para soportar un escándalo y puede no tener la oportunidad de silenciarlo, como sí puede suceder con un escándalo en una gran empresa.

Debido a que una microempresa funciona a nivel local o personal, un escándalo puede ser devastador.

El 3% que no está de acuerdo puede decir que las grandes corporaciones están más sujetas a la presión pública y regulatoria; por lo tanto, son empujadas a enfocarse más éticamente.

Pero los hallazgos ayudan a demostrar que la confianza y la integridad son importantes, ya sea que una organización sea grande o pequeña.

Pregunta 6: ¿Considera que la confianza con clientes y proveedores es un factor clave en el éxito competitivo de una microempresa?

El 100% de los encuestados reconoce que la confianza es un impulsor del éxito competitivo.

El único punto en el que mi informe reveló acuerdo unánime es la importancia de la confianza como "la moneda de los micronegocios".

Es una atmósfera de confianza que se crea con honestidad, promesas cumplidas y transparencia. Esta fuerte base de apoyo crea lealtad del cliente y relaciones estables con los proveedores.

No hubo respuestas negativas, lo que confirma que la confianza es algo sobre lo que se construye cualquier negocio. Y considerando los micro negocios, donde las relaciones tienden a ser más personales, deben depender en gran medida de la confianza.

Pregunta 7: ¿Está de acuerdo con que la conducta ética puede representar una ventaja competitiva en el mercado actual?

El 93% de estos encuestados cree que "la ética conduce a una ventaja competitiva". La otra respuesta es que la ética también puede ser un factor estratégico y no solo de cumplimiento.

Al actuar éticamente, una parte de la población consumidora que aprecia el espíritu de responsabilidad social puede sentirse atraída y una empresa puede diferenciarse de sus competidores. Hoy en día, cada vez más consumidores basan sus decisiones de compra en la responsabilidad social y ambiental. Estos clientes no solo buscan un buen producto o servicio, sino que también cuestionan si la empresa detrás de él es ética.

Los consumidores de este segmento se sienten atraídos por el comportamiento ético, en áreas como prácticas laborales justas, transparencia en la cadena de suministro o causas asociadas con la responsabilidad social, y están dispuestos a apoyar a las empresas que cumplen con estos estándares. Esto permite a la empresa acceder a nichos y escalar de manera sostenible.

Por otro lado, en un mercado saturado, la ética es un factor de desplazamiento. Si existen dos empresas que venden el mismo producto, la más "ética" tendrá éxito. La ética no se trata solo del precio o la calidad del producto; crea un vínculo emocional con el cliente. Es extremadamente difícil de copiar y no se basa en los productos de la empresa, sino en su cultura y valores.

El 7% que no está de acuerdo son aquellos que piensan que el éxito en el mercado se basa en algo concreto: precio, calidad o velocidad de entrega. Pero los resultados indican que el mercado puede estar moviéndose en la dirección de valorar más la ética.

Pregunta 8: ¿Su empresa ha enfrentado situaciones en las que tomar decisiones éticas puede representar una ventaja competitiva con el mercado actual?

El 78% por ciento tuvo experiencia de primera mano del beneficio competitivo de la ética. Esto demuestra que, en realidad, la ética es una dimensión muy aceptable con respecto a las microempresas. Las situaciones iban desde la selección de proveedores con prácticas sostenibles y transparencia en la información del producto, hasta la realización de una respuesta honesta ante una crisis.

El 22% que no ha experimentado eso podría estar en aquellos mercados donde la ética no corre el riesgo de ser visiblemente diferenciadora, o tal vez simplemente no están al tanto de un dilema ético que les haya brindado una oportunidad de ventaja.

Pregunta 9: ¿Evalúa regularmente su microempresa el cumplimiento de principios éticos en su operación diaria?

Mientras que la gran mayoría de los encuestados (60%) afirma que evalúa la adherencia ética, el porcentaje a favor de esta práctica sigue siendo uno de los más bajos, lo que indica una diferencia entre la creencia y la acción como resultado de la falta de recursos, el sentido ético como intuición, y la falta de un marco formal.

Aunque se reconoce el papel de la ética, la evaluación formal de tales procesos parece ser un obstáculo.

El 40% que ya no evalúa puede simplemente no tener la capacidad o el conocimiento para hacerlo. Esto indicaría que los encuestados valoran la ética, pero no necesariamente como una métrica en una forma estructurada.

Pregunta 10: ¿Piensa que la implementación de prácticas éticas debería ser obligatoria en todas las microempresas?

El 90% de los participantes en la encuesta opina que las prácticas éticas deberían ser un requisito indispensable. Esta perspectiva surge de la necesidad de establecer un estándar que salvaguarde a los consumidores y garantice la equidad en el mercado. La mayoría de los encuestados sostiene que la ética es el fundamento esencial para el funcionamiento eficaz de la economía. Por otro lado, el 10% que se manifiesta en desacuerdo podría argumentar que una regulación excesiva podría limitar la innovación y el emprendimiento. Sin embargo, la tendencia general de las respuestas sugiere un respaldo a un modelo regulatorio que promueva un entorno ético para todas las empresas.

Pregunta 11: ¿Cree que la integridad empresarial mejora la percepción de los clientes hacia su microempresa?

La integridad empresarial tiene sentido para los negocios.

El 97% de los encuestados coincidieron en que la integridad empresarial mejora la percepción del cliente. Este es un acuerdo que reconoce la confianza que los clientes sienten, y está mentalmente asociada con la integridad.

La confianza en la empresa va más allá de la calidad del producto o servicio proporcionado; se trata de creer que la empresa va a hacer lo correcto, mantener sus promesas y ser honesta en todas sus interacciones. Una empresa honesta es confiable, y la lealtad y el marketing positivo

entran en juego cuando un cliente confía en una empresa y le gusta: se lo cuenta a todos sus amigos.

El 3% en el lado del “desacuerdo” quizá cree que la percepción del cliente se basa totalmente en la calidad del producto o el precio, pero, obviamente, la integridad importa para el éxito a largo plazo de una marca.

Pregunta 12: ¿Ha recibido su personal alguna capacitación en ética empresarial en el último año?

El 58% de los encuestados no proporciona capacitación en ética a su personal, lo que representa una desconexión evidente entre la teoría y la práctica. Dada la supuesta importancia de la ética, muy pocas microempresas en la muestra han invertido en capacitación especial impartida (por ejemplo, eventos de enseñanza) a empleados relacionada con la comprensión y aplicación de esos principios.

Las causas de esta ausencia de educación podrían ser el alto costo, la falta de tiempo para educarse o la percepción de que los empleados tienen una brújula moral natural. El 42% que considera crucial capacitar a sus empleados en ética empresarial lo hace por tres razones principales: mejorar la reputación, evitar riesgos y mejorar el ambiente de trabajo.

Es importante señalar que la capacitación en ética es una herramienta de gestión de riesgos. Una empresa que enseña a sus trabajadores sobre conflictos éticos y cómo enfrentarlos es menos propensa a encontrar problemas legales, financieros o de relaciones públicas. La capacitación cubre información sobre sobornos, conflictos de interés y confidencialidad para preparar a los empleados para actuar de manera que sirva para proteger la empresa.

Pregunta 13: ¿Su microempresa dispone de un mecanismo para denunciar prácticas no éticas?

Descubrimos que el 60% de los encuestados trabaja en empresas que ni siquiera tienen un sistema para reportar comportamientos poco éticos. Esto nos dice mucho sobre la falta de controles internos. Cuando no hay una forma segura de denunciar problemas, se crea un ambiente de desconfianza. La gente puede tener miedo a las represalias, y al final, los comportamientos inapropiados no se reportan, lo que es un problema serio. Sin embargo, eso es contrario al apoyo casi universal de la ética y la integridad.

Lo anterior también es un claro ejemplo de fracaso en el gobierno corporativo. Aunque casi todos los encuestados dicen que la ética es importante, el comportamiento —o mal comportamiento— de sus empresas deja claro que aún hay un amplio espacio entre la retórica y la realidad.

El cuarenta por ciento de los encuestados tiene un sistema de denuncia en funcionamiento, del cual se han beneficiado enormemente. Estos son los procesos para proteger la reputación y confianza de una organización y para la detección temprana y prevención de problemas (y controles preventivos para evitar que problemas pequeños se conviertan en un gran problema).

También crean un lugar de trabajo más ético: uno en el que los trabajadores tienden a estar más satisfechos y leales. Al finalmente implementar estos sistemas, las empresas señalan que se toman en serio el cumplimiento de la ley, lo que a su vez reduce sus responsabilidades legales y financieras a largo plazo.

Pregunta 14: ¿La dirección de su empresa promueve activamente el cumplimiento de principios éticos?

El 72% dice que el liderazgo de su organización fomenta activamente la ética. Es una señal positiva ver que se valora el liderazgo ético en el sector. Sin embargo, el 28% que se muestra

indiferente indica que, en varias microempresas, no se comunican activamente éticas, sino que se presume.

El liderazgo desempeña un papel vital en demostrar comportamiento ético y establecer una cultura de integridad, por lo que la ausencia de promoción proactiva por parte de la gestión es una brecha que debe llenarse.

Pregunta 15: ¿Considera que implementar prácticas éticas requiere una inversión económica significativa?

El 66 % dice que no, la ética no es una gran inversión; el 34% dice que sí. Esta división también revela una diferencia de opinión sobre el precio de la moral. Incluso para aquellos que no perciben un costo enorme, ven la ética no como una inversión, sino más bien como un cambio de paradigma desde la perspectiva del gobierno corporativo. Por otro lado, incluso aquellos que sí ven un costo podrían estar pensando en la inversión en formación, sistemas de control o pérdidas comerciales a corto plazo por rechazar una práctica no ética.

Pregunta 16: ¿Su empresa ha adoptado políticas de integridad por iniciativa propia y no por obligación legal?

Los encuestados también están tomando medidas proactivas para gestionar la ética, con un 63% que ha implementado políticas internas de integridad. Esto implica que para estas microempresas, la ética se considera un valor intrínseco y no un requisito impuesto por cumplimiento.

El 37% que no lo ha hecho, si no están desafiando esas medidas, podrían estar en el modo de “solo hacer lo legalmente necesario”. Este grupo podría estar perdiendo la oportunidad de

demostrar la fortaleza de un buen nombre y de atraer a clientes y empleados que buscan personas que negocien con honestidad.

Pregunta 17: ¿Considera que las prácticas éticas son percibidas positivamente por sus clientes?

Nuestra propia investigación nos indica que el 95% cree que sus clientes valoran mucho las prácticas éticas.

Este número es prueba de un principio clave: aquel de que la convicción del cliente se basa en el compromiso moral de una empresa.

El consumidor moderno aprecia y anhela la honestidad y la transparencia, y es esa confianza la que desarrollará clientes de por vida y defensores de la marca.

Pregunta 18: ¿La ética empresarial es una herramienta clave para construir una reputación sólida en el mercado?

La mayoría de los entrevistados con un 77% están de acuerdo en que la ética es crucial para el establecimiento y la respetabilidad de una empresa. Tu reputación no se construye con publicidad, sino con el tiempo, actuando siempre de forma ética.

Una vez que tienes una reputación sólida, se crea un ciclo positivo. Empiezas a atraer de forma natural a clientes, inversionistas y al mejor talento, ya que todos ellos buscan empresas que compartan sus valores.

Pregunta 19: ¿La ética profesional del contador o auditor impacta directamente en la integridad de la información financiera de las microempresas?

Como expertos en contabilidad y auditoría, el 98% de los encuestados cree que la calidad de su ética profesional tiene un efecto en la integridad de la información financiera.

Este resultado enfatiza cómo estos individuos son guardianes de la apertura y la honestidad en el negocio. La calidad de los estados financieros es crucial para evitar actividades fraudulentas, cumplir con las leyes y confiar en los estados financieros.

Pregunta 20: ¿Cree que una microempresa con altos estándares de ética tiene más posibilidades de obtener financiamiento y crecer de manera sostenible?

El 93% de los encuestados cree que una pequeña empresa con un buen enfoque ético en sus productos es más probable que recaude fondos y construya un negocio de manera responsable. Este hallazgo es una fuerte evidencia de la ética como una fuente de crecimiento sostenible. Para las instituciones financieras e inversores, la integridad es un signo de buena gestión y bajo riesgo, lo cual "pasa la puerta del capital".

En conclusión, el ámbito de la contabilidad y las microempresas, la ética y la integridad trascienden su concepción como simples ideales abstractos, revelándose como elementos esenciales para la viabilidad y el éxito. A partir del análisis de las conclusiones, es evidente que la falta de principios éticos no es solo un riesgo moral, sino una amenaza tangible para la supervivencia y competitividad de una empresa. La confianza, construida sobre la base de la integridad en la gestión y el liderazgo, se erige como el activo más valioso e intangible, indispensable para forjar relaciones duraderas con clientes y proveedores. La formalización de un código de conducta, junto con una capacitación continua, es crucial para convertir la ética en una práctica diaria en lugar de un mero objetivo. Si bien existe una conciencia generalizada sobre

su importancia, las microempresas a menudo carecen de sistemas y mecanismos para asegurar su cumplimiento, lo que subraya la necesidad de que los profesionales contables y auditores actúen como guardianes de esta integridad, garantizando la credibilidad de la información financiera. En última instancia, la ética es una inversión estratégica que, al fortalecer la reputación y la confianza, no solo mejora la rentabilidad y la sostenibilidad a largo plazo, sino que también contribuye a un mercado más justo y transparente.

6.2 Propuesta de un modelo de gestión ética

Una Propuesta de Modelo de Gestión Ética

Esquema Conceptual: De Integración de Ética e Integridad, Práctica Empresarial y Gestión Integral en Microempresas.

El desarrollo sostenible de las microempresas necesita ética, práctica profesional y gestión integral para trabajar juntas. Este modelo asegura que estos tres factores deben coexistir, así como fortalecerse mutuamente para la creación de valor sostenible.

a) Núcleo Fundacional: Ética e Integridad de la Comunicación

La ética empresarial se encuentra en el núcleo de este modelo como un pilar moral de la microempresa. No basta con seguir la ley, sino crear un conjunto de valores fundamentales que rijan cada decisión y acción. Esto comprende honestidad, transparencia, respeto por todas las partes interesadas (empleados, clientes, proveedores, comunidad) y responsabilidad social. La conducta ética debe ser parte de la cultura organizacional que fomenta un clima de confianza, transparencia y verdadero cuidado por el bien común. Reforzando este pilar ético, se establece una reputación sólida y legitimidad para la microempresa.

b) Pilar Operativo: Práctica Profesional

El trabajo profesional se identifica como la implementación consciente, responsable y ética de conocimientos y experiencia en la práctica de la actividad diaria por parte de la microempresa. Este pilar se materializa en el nivel de calidad ofrecido por el productor/proveedor, procesos de producción eficientes y adherencia a los estándares del mercado. Sugiere que los microempresarios y sus socios se comprometan a ser profesionales responsables, tecnológicamente avanzados y conscientes de la mejora continua en la búsqueda de la excelencia. Compromiso con la profesionalidad, confidencialidad, uso responsable de la información y manejo de conflicto de intereses. Cuando la vida corporativa se infiltra basada en la ética, florece una cultura de excelencia, innovación y servicio excepcional al cliente, lo cual se convierte en una ventaja competitiva.

c) Marco Estructural: Liderazgo Integral en Pequeñas Empresas

La Gestión Integral constituye el sistema que establece y coordina la ética y la práctica profesional de las cuales, dentro de la microempresa, para alcanzar sus objetivos estratégicos y la sostenibilidad universal de los recursos. Este marco abarca diversas dimensiones:

1. **Gestión Estratégica:** Desarrollo de declaraciones de visión y misión, incluyendo aspectos de sostenibilidad, fijación de objetivos inteligentes.
2. **Gestión de Operaciones:** Optimización en producción, inventario y cadena de suministro para optimizar y minimizar el impacto ambiental, mientras se obtiene beneficio de productividad.

- 
3. **Gestión de Recursos Humanos:** Una percepción de justicia en el lugar de trabajo, desarrollo profesional, seguridad laboral y equilibrio entre vida laboral y personal. Eso incluye una política de contratación moral y un código de conducta claro.
 4. **Gestión Financiera y Fondo:** Administración de los fondos proporcionados a la agencia con honestidad y eficiencia, esforzándose por el crecimiento, mientras se invierte en medidas sostenibles y cumpliendo con las obligaciones fiscales.
 5. **Gestión de Reputación y Relaciones Públicas:** Transparencia en la comunicación sobre los valores y prácticas de la empresa, manteniendo relaciones sólidas con las partes interesadas y gestionando proactivamente cualquier situación que pueda comprometer su imagen.
 6. **Gestión de Innovación y Adaptación:** Permanecer receptivo a nuevas ideas o tecnologías que contribuyan a un mejoramiento sostenible y ético de los procesos, productos o modelos de negocio.

La gestión integradora, siendo el puente entre la ética y el desempeño profesional, garantiza que las buenas intenciones se plasmen en acción y resultados. Permite y estimula a la microempresa a no solo operar ética y profesionalmente, sino también planear, implementar y monitorear sus actividades en línea con su filosofía, conduciendo al crecimiento sostenible y la creación de valor sostenible.

Este esquema adopta una consideración ética como base, una buena práctica profesional como motor y la gestión integral como cerebro que articula todo el sistema para el desarrollo responsable y sostenible de esta microempresa.

6.3 Recomendaciones

Promover la ética empresarial en las microempresas es crucial para su desarrollo sostenible y para la construcción de un ecosistema económico más justo en cada país y a nivel global. A continuación, se presentan recomendaciones prácticas dirigidas a los actores clave:

Para Emprendedores y Microempresarios

Como líder de tu microempresa, tienes el deber y la capacidad de sentar las bases éticas:

Define y vive tus valores: No basta con tener valores en un papel. Identifica los principios éticos clave para tu negocio (honestidad, transparencia, respeto, responsabilidad social) y asegúrate de que guíen cada decisión, desde la atención al cliente hasta la relación con proveedores y empleados.

Crea un código de conducta sencillo: No necesitas un manual voluminoso. Un documento corto y claro que describa el comportamiento esperado puede ser de gran ayuda para ti y tus colaboradores. Asegúrate de que todos lo entiendan y lo apliquen.

Sé el ejemplo: Tu comportamiento es el espejo de tu empresa. Actúa siempre con integridad, cumple tus promesas y sé transparente en tus comunicaciones.

Fomenta un ambiente de diálogo abierto: Anima a tus empleados a expresar inquietudes éticas sin temor a represalias. Un ambiente donde se pueden discutir los dilemas éticos es fundamental para prevenirlos y resolverlos.

Invierte en capacitación básica: Incluso una pequeña sesión sobre ética en los negocios, los derechos laborales o la importancia de la calidad puede marcar una gran diferencia. Hay muchos recursos gratuitos o de bajo costo disponibles en línea.

Incorpora la ética en la toma de decisiones: Antes de tomar una decisión importante, pregúntate: ¿Es justo? ¿Es transparente? ¿Afecta negativamente a alguien? ¿Es sostenible a largo plazo?

Para Gobiernos y Entidades Reguladoras

Los gobiernos tienen un rol fundamental en la creación de un marco que fomente la ética:

Simplifica la normativa y el acceso a la información: Muchas microempresas luchan por entender y cumplir con regulaciones complejas. Normas claras, procesos de registro sencillos y acceso fácil a la información sobre derechos laborales, fiscales y ambientales pueden reducir la informalidad y fomentar el cumplimiento ético.

Incentivos para la formalización y buenas prácticas: Ofrece beneficios (fiscales, acceso a financiación, programas de capacitación) a microempresas que operan formalmente y demuestren un compromiso con prácticas éticas y sostenibles.

Promueve la educación empresarial con énfasis ético: Incluye módulos de ética empresarial, responsabilidad social y sostenibilidad en los programas de apoyo a emprendedores y en la educación técnica y profesional.

Fortalece mecanismos de denuncia y protección: Establece canales accesibles y seguros para denuncias de prácticas no éticas, tanto para consumidores como para empleados, garantizando protección para los denunciantes.

Lidera con el ejemplo: Las entidades gubernamentales deben ser modelos de transparencia, eficiencia y ética en su propia gestión y en la interacción con el sector privado.

Para Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) y Academia

Las OSC y la academia pueden ser catalizadores clave para el cambio:

Desarrolla programas de mentoría y acompañamiento: Ofrece orientación personalizada a microempresarios sobre cómo integrar la ética en su modelo de negocio, con ejemplos prácticos y herramientas adaptadas a su escala.

Crea plataformas de intercambio de experiencias: Facilita espacios donde microempresarios puedan compartir desafíos y soluciones relacionadas con la ética, aprendiendo unos de otros.

Investiga y difunde casos de éxito: Documenta y promueve historias de microempresas panameñas que hayan prosperado gracias a sus prácticas éticas, inspirando a otros.

Ofrece capacitación accesible y práctica: Diseña talleres, seminarios web y materiales didácticos sobre temas como consumo responsable, cadena de suministro ética, derechos laborales y finanzas transparentes, adaptados a las necesidades de las microempresas.

Promueve alianzas multiactor: Facilita la colaboración entre microempresas, grandes empresas, el gobierno y la academia para desarrollar iniciativas conjuntas que fortalezcan el ecosistema ético.

Para Otras Partes Interesadas (Grandes Empresas, Consumidores, Inversores)

Todos tenemos un rol en impulsar la ética en las microempresas:

Grandes Empresas: Prioriza a microempresas con prácticas éticas en tus cadenas de suministro.

Ofrece programas de apoyo, formación o acceso a mercados, transfiriendo tu conocimiento y estándares en responsabilidad social corporativa.

Consumidores: Infórmate sobre las prácticas de las microempresas a las que apoyas. Premia con tu compra a aquellas que demuestran un compromiso ético y sostenible. Tu poder de elección es una herramienta poderosa.

Inversores (fondos de inversión de impacto, bancos): Desarrolla criterios de inversión que valoren y recompensen a microempresas con sólidos modelos de gestión ética y sostenible. Ofrece condiciones favorables o acompañamiento a aquellas que cumplan con estos criterios.



Al trabajar juntos, podemos cultivar un entorno donde la ética no sea vista como un costo o un obstáculo, sino como un motor fundamental para el crecimiento y el éxito sostenible de las microempresas, beneficiando a la sociedad en su conjunto.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Alvarado Rivera, Eleny y Castillo Solís, Hannia M. (2024). Impacto de las políticas públicas financieras y su efecto en el desarrollo del comercio de las PYMES del sector servicio de Pérez Zeledón, periodo 2020-2024. Universidad Nacional de Costa Rica.

<https://repositorio.una.ac.cr/server/api/core/bitstreams/25f79fa7-0f47-4228-a071-bfa31ed19123/content>

Banco de desarrollo de América Latina y el caribe: (2024)

<https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/los-problemas-de-acceso-al-financiamiento-de-las-PyMEs-de-alc-desde-la-optica-de-las-redes-sociales/>

Banco Mundial. (2024). *La lucha contra la corrupción: Un imperativo para el desarrollo sostenible*.

Belás Jaroslav; Ajaz Khan Khuramm, Maroušek Josef y Rozsa Zoltán (2020). Percepciones de la importancia de la ética empresarial en las PYME: un estudio comparativo de empresarios checos y eslovacos. *Ética y Bioética (en Europa Central)*, 2020, 10 (1–2), 96–106 DOI:10.2478/ebce-2020-0010.

Carrillo-Punina, Á. (2017). Responsabilidad social en las PyMEs latinoamericanas y españolas: limitaciones, objetivos y estrategias.

Certo, C. (2001). *Administración Moderna*. Editorial Prentice Hall. Colombia Ltda.

Buitrago, T. (2020) Clasificación de actividades agropecuarias: Una guía esencial para las PyMEs del sector: <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/agro/clasificacion-de-actividades-agropecuarias-para-las-PyMEs-del-sector>

Comisión Europea. (2003). *Recomendación de la Comisión de 6 de mayo de 2003 sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas*. Diario Oficial de la UE.

Coutinho de Arruda, María Cecilia (2009). Ética y responsabilidad social empresarial en las pequeñas y medianas empresas latinoamericanas: un desafío para el desarrollo.

Revista Africana de Ética Empresarial, vol. 4, N°, diciembre de 2009, pp. 37-47.

<https://ajobe.journals.ac.za/pub/article/view/65/76>

Colovic, A., Henneron, S., Huettinger, M., & Kazlauskaite, R. (2019). Corporate social responsibility and SMEs: Evidence from a transition and a developed economy.

European Business Review, 31(5), 785-810. doi:10.1108/EBR-01-2017-0022

Deloitte. (2024). *Global Millennial and Gen Z Survey 2024*. <https://forum-entraide-surendettement.fr/index.php?topic=23248.0>.

Dion, M. (2017) La ciudadanía corporativa como ética del cuidado: Valores corporativos, códigos de ética y gobernanza global. En: *Perspectivas sobre la ciudadanía corporativa*, Routledge, Londres

Di Tommaso & Dubbini, (2000) *Hacia una teoría de la pequeña empresa: aspectos teóricos y algunas implicaciones políticas*

<https://ideas.repec.org/p/ecr/col026/4457.html>

Edelman. (2023). *Edelman Trust Barometer 2023*. <https://forum-entraide-surendettement.fr/index.php?topic=23248.0>.

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone.

Encina, M. (2022) La importancia del comercio de servicios. El futuro de comercios de servicios: https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/04_wtr19_3_s.pdf

Figueroa Moreno, J. H., Gómez Ladines, J. A., Prado González, M. R., & Quiñónez Tenorio, É. L. (2024). La responsabilidad social empresarial: desafíos y beneficios de su aplicación

- en microempresas de la ciudad de Esmeraldas. *Polo del Conocimiento*, 8(5).
<https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/8556>
- Ferrero, I. y Sison, AJG (2014) Análisis cuantitativo de autores, escuelas y temas en artículos sobre ética de la virtud en revistas de ética empresarial y gestión (1980-2011)
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & Colle, S. (2020). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge University Press. DOI: 10.1017/9781108605727
 URL: <https://normas-apa.org/referencias/doi-y-urls/>.
- Ghoshal, S. (2005). Bad management theories are destroying good management practices. *Academy of Management Learning & Education*:
<https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amle.2005.16122606>
- Grumberg, S., Hernández, M., Scotti, F. (2022). TOMA DE DECISIONES EN UNA PYME (Trabajo Final de Práctica Profesional, Universidad Nacional de San Martín).
[https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1914/1/TFPP %20EEYN %202022 %20GDS-HML-SFG.pdf](https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1914/1/TFPP%20EEYN%202022%20GDS-HML-SFG.pdf)
- Handbook of the International Code of Ethics for Professional Accountants. Edición 2024 en Español. IESBA
- Hassmiller, S. y Bilazarian, A. (2018) Argumentos de negocio, ética y calidad para la participación del consumidor en enfermería. *The Journal of Nursing Administration*.
- Kenneth J. Arrow, (1970) *Essays in the Theory of Risk*
- Ion, AE (2020). Ética y sostenibilidad en las políticas públicas de las pequeñas y medianas empresas. En A. Grigorescu y V. Radu (ed. vol.). *Actas de Lumen: Vol. 11. 1.^a* Conferencia Internacional Ética Global: Clave de la Sostenibilidad (GEKoS) pp. 74-85. Iasi, Rumania: Editorial LUMEN. <https://doi.org/10.18662/lumproc/gekos2020/09>

Ley 316 de Agosto 2022 “Que regula situaciones de conflictos de intereses en la función pública”. Panamá. Gaceta Oficial 29602-A

Mariano, A. (2009) Manual de micro, pequeña y mediana empresa, Cooperación técnica Alemana. Organización administrativa de las microempresas artesanas de la ciudad de Pilar: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/4195/6421>

Miranda, K. (2019), Ética Empresarial y la Responsabilidad Social.

<https://mail.google.com/mail/u/3/?ogbl#search/ETICA/FMfcgxwLsmbdXVwrQFnhrNQWHvtMHPTh>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2024). Índice de Políticas para PyMEs: América Latina y el Caribe 2024.

https://www.oecd.org/es/publications/indice-de-politicas-para-PyMEs-america-latina-y-el-caribe-2024_807e9eaf-es.html

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2022). *Integridad empresarial para PyMEs: Fomentando la competitividad y la confianza*. <https://forum-entraide-surendettement.fr/index.php?topic=23248.0>.

Paredes, R. (2024) Principios y beneficios de la ética de los negocios.

<https://safetyculture.com/topics/business-ethics/>

Programa anticorrupción de ética y cumplimiento para las empresas: Guía práctica. © Naciones Unidas, octubre de 2013. Reservados todos los derechos a nivel mundial.

Putnam, Leonardi, & Nanetti, (1993) *Para que la democracia funcione: tradiciones cívicas en la Italia moderna*

- Ramírez, J. (2014). Factores éticos que influyen en la competitividad de las empresas en el departamento del Quindío, Colombia. *Revista Científica General José María Córdova*, <https://www.redalyc.org/journal/2250/225047031006/html/redalyc.org>
- Rengifo, C. N., & Sanchez, S. M. (2022). Responsabilidad social empresarial y desarrollo sostenible: reflexiones desde la ética aplicada [Artículo científico de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/30899>
- Salaiza Flor, Osuna Luis, Joya Ivette, Alvarado, Lisandro (2020) Responsabilidad social empresarial en la innovación de PYMES en Sinaloa México. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-journal of Human Sciences / PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno / www.revistaorbis.org / núm. ESPECIAL (año 16) 72-84.* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7611497>
- Suriyankietkaew, S. y Kantamara, P. (2019) Ética empresarial y espiritualidad para la sostenibilidad corporativa: una perspectiva budista. *Revista de Gestión, Espiritualidad y Religión*.
- Scavone, G., y Marchesano, M. (2021). La ética empresarial como fuente de ventaja competitiva. Indicadores de su efecto sobre las organizaciones. *Revista Qualitas*, 22(22), 059 - 072. DOI: <https://doi.org/10.55867/qual22.05> <https://revistas.unibe.edu.ec/index.php/qualitas/article/view/107>
- Transparencia Internacional. (2023). *Índice de Percepción de la Corrupción 2023*. <https://forum-entraide-surendettement.fr/index.php?topic=23248.0>.
- Twin, A (2025) Ética empresarial: principios clave y su importancia en el mercado actual

Turyakira, P. K. (2018). Ethical practices of small and medium-sized enterprises in developing countries: Literature analysis. *South African Journal of Economic and Management Sciences*

Viquez, R. (2021). Impacto de las políticas públicas financieras y su efecto en el desarrollo financiero en la MiPYMES de los sectores de comercio y servicio de Costa Rica (Tesis de Licenciatura Escuela de Administración, Universidad Estatal a Distancia).

<https://aleph23.uned.ac.cr/F/429RLNET93YERM1MFAL7L6UDG9XFIHNAY4B4FCVSK98GNAXPKK-17854?func=full-set>

Yáñez, M., Stanley, J., & Calderón, M. (2018). Sustainable Practices in Small and Medium-Sized Enterprises in Ecuador. *Sustainability*, <https://doi.org/10.3390/su10062105>

Yoguel, G. (2005). *Las PyMEs y su importancia para la competitividad estratégica. Los nuevos desafíos del nuevo escenario de cambio tecnológico.*

Zorrilla Garay, G. V. (2020). Nuevas estrategias para la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas y microempresas, a través de la implementación de factores de evaluación en las Contrataciones Públicas en el Perú. *Pontificia Universidad Católica del Perú*. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/17680>

<https://tesis.pucp.edu.pe/items/8e21d9df-20c3-4243-929e-615ace8d8b91>

8. GUÍA DE DISCUSIÓN

1. ¿De qué manera la falta de ética y la integridad impactan la sostenibilidad y el crecimiento competitivo de las microempresas a largo plazo? ¿Cómo podríamos cambiar la percepción de los encuestados que no ven estos valores como un factor crucial para el éxito?
2. ¿Cómo pueden las microempresas aprovechar su reputación de integridad y ética para mejorar su rentabilidad y diferenciarse competitivamente? ¿Qué herramientas de bajo costo podrían usar para comunicar estos valores de manera efectiva?
3. ¿Qué papel crucial juegan los líderes de microempresas y los profesionales contables en la promoción de la ética e integridad para fortalecer su competitividad? ¿Cómo pueden manejar conflictos de intereses de forma que no perjudiquen su posición en el mercado?
4. ¿Cómo deben diseñarse las regulaciones para asegurar la ética en las microempresas sin obstaculizar su competitividad? ¿Qué tipo de apoyo gubernamental o sectorial podría ayudarlas a fortalecer estas prácticas?
5. ¿Cómo pueden las microempresas utilizar las redes sociales y plataformas de reseñas para construir una reputación ética sólida que les dé una ventaja competitiva?
6. ¿Es posible cuantificar el retorno de la inversión de las prácticas de integridad y ética en una microempresa? ¿Qué incentivos se podrían ofrecer para que adopten estas políticas de manera proactiva y así mejoren su competitividad?
7. ¿Qué otros factores, además de la ética y la integridad, son clave para el crecimiento sostenible y la competitividad de las microempresas en el futuro?

9. CURRICULUM VITAE DE LOS AUTORES



Dra. Riquilda María Marín Gil

Licenciada en Contaduría Pública; Licenciada en Administración, Abogada; Especialista Tributaria; Doctora en Ciencias Administrativas y Doctora en Contaduría Pública. Miembro del Comité de Ética y Ejercicio Profesional de la AIC; Miembro pleno de la Comisión Intergremial para el Ejercicio de la Función del Comisario. Certificada en Normas Internacionales

de Auditoría. Sub Coordinadora del Comité de Ética de la Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela. Profesora en la Universidad Nueva Esparta. Secretaria de Relaciones Internacionales de la Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela. Experta en Auditoría. Abogado asociado en la Firma de abogados BMO INC. Amplia experiencia profesional en el libre ejercicio por más de treinta y cinco años.



Mgtra. Militza Cohen tiene 32 años de experiencia en funciones contables y gerenciales, procesos, controles, planes estratégicos y cumplimiento tributario en el panorama internacional. Actualmente es la Directora Senior de Impuestos Internacionales de una multinacional del sector mayorista que supervisa 14 mercados de LATAM. Anteriormente, trabajó como Gerente Senior de una firma de contabilidad. Egresada de la carrera de Contabilidad en la

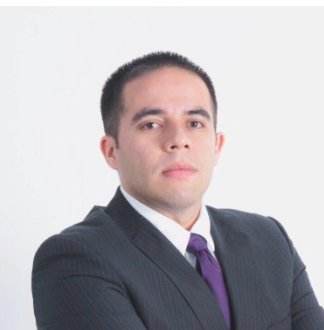
Universidad Santa María La Antigua, calificada como CPA desde 1995 y obtuvo un Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Finanzas así como una certificación de los Programas de Alta Dirección y Liderazgo Femenino de INCAE-Escuela de Negocios además de un MBA ejecutivo en asuntos de negocios internacionales de la EOI Madrid. También ha completado estudios de posgrado en Tributación de la Universidad Especializada de las Américas y recientemente asistió a un curso para Directores Independientes en HBS en Boston. Forma parte del Colegio de Contadores Públicos Autorizados de Panamá y formó parte de la Junta Técnica de Contabilidad.



PhD. LISETTE COROMOTO SÁNCHEZ DÍAZ

Licenciada en Contaduría Pública; Abogada; Especialista en Gerencia Tributaria; Magíster en Ciencias Contables; Doctora en Ciencias Administrativas y Gerenciales y PhD. en Gerencia Pública y Gobierno y PhD. en Tecnologías disruptivas e inteligencia artificial en ciencias

empresariales. Exdirectora del Departamento de Auditoría, Contabilidad y Control de Gestión, de la Facultad de Economía y Administración en la Universidad Católica del Norte, Chile; Académica Asociada de Planta Oficial. Se desempeñó en la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL), en las áreas de Contabilidad gubernamental, de auditoría interna y de control fiscal en el sector público. Coordinadora de la Comisión del Sector Público de la Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela y miembro del Comité de Normas de Sostenibilidad de la FCCPV; miembro adherente individual por Venezuela de la Comisión Técnica del Sector Público en la Asociación Interamericana de Contabilidad (AIC). Fue Académica de Pregrado y Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, Campus la Morita. Certificada en Docencia en NIIF para Pymes. Certificada en Docencia Universitaria. Certificada en Normas Internacionales de Auditoría por la Federación de Contadores Públicos de Venezuela. Conferencista Nacional e Internacional. Miembro fundador de la Red Latinoamericana de Estudios de Sostenibilidad RELES.



Mgtr. Herminio Morel Bogado

Licenciado en Contabilidad; Master en Auditoria y Tributación; Especialista en Impuestos y Procedimientos; Consultor independiente en áreas de auditoría, tributación, finanzas; miembro adherente individual por Paraguay de la Comisión Técnica en la Asociación Interamericana de Contabilidad (AIC) en Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones; Contador Interamericano Certificado en la NIIF para las PYMES. Se desempeña como docente de la Universidad Nacional del Este en las cátedras de Auditoria, Gestión y Ejercicio Profesional. Participo en varios Congresos Internacionales. CUMBRE DE LAS AMERICAS 2016 en Asunción Paraguay; XXXII CONFERENCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD 2017 en Lima Perú; VIII CUMBRE DE LAS AMERICAS 2018 en Guatemala; XXXIII CONFERENCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD 2019 en Cartagena Colombia; XXXIV CONFERENCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD 2021 en Porto Alegre - Brasil. Participo del TRABAJO INTERAMERICANO: Planes de virtualización y transformación digital en los procesos administrativos, comerciales, financieros y productivos, adaptados a las posibilidades de las Micro, Pequeñas y medianas organizaciones en la XXXIV CONFERENCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD 2021 – en Porto Alegre – Brasil.



Mgtra. MARIA LUISA GONZÁLEZ BRITOS

Egresada de la Facultad de Ciencias Contables, Administrativas y Económicas de la Universidad Católica Ntra. Sra. De la Asunción con Mención de Honor, Maestranda en Auditoría Integral en la Universidad Nacional de Asunción, Maestría en Auditoría de Cuentas de la Universidad Católica San Antonio de Murcia, España; Diplomado Internacional en Administración Cooperativa por la DGRV, Instructora en NIIF para Pymes certificada por el Banco Mundial y la Fundación IASC; Certificado en Presentación de Información Financiera Internacional – CERTIFICADORA ACCA, Socia Principal de la Consultora de Auditoría y Contabilidad GC González Consulting, Socia de la Firma IFAC S.A. empresa dedicada a cursos en Altas Competencias; Docente Universitaria a nivel de Postgrado y Grado en la Universidad Católica Ntra. Sra. de la Asunción y la Universidad Autónoma de Asunción, Disertante a nivel Nacional e Internacional, Directiva de la Asociación de Graduados de la Universidad Católica, Dirigente de la Cooperativa Universitaria Ltda., Miembro Asociado de la Firma Internacional Arista Global Group por Paraguay, Cursando actualmente el Doctorado en Ciencias Contables en la Universidad Católica Ntra. Sra. de la Asunción. Miembro hace más de 15 años de la Asociación Interamericana de Contabilidad en las Comisiones Técnicas como Normas Prácticas de Auditoría y actualmente en Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones (GIPyMOs).



Dr.h.c. Yelena Rodríguez Trujillo

Dr.h.c., AFA, PA, PCAJ, MPE, CPA, Consultora Senior y Coach Empresarial

Con más de 37 años de experiencia profesional en estrategia empresarial, administración, auditoría, finanzas, y gobernanza corporativa, es figura de alto impacto en la profesión contable en Panamá. Es Auditor General de una prestigiosa empresa de servicios logísticos y de distribución. Egresada de la Universidad de Panamá, como Contador Público Autorizado, con Maestría en Planeación Estratégica y formación en Docencia Superior.

Es Auditor Forense Antifraude, Perito Contable Auxiliar de la Justicia, y Certificadora en Riesgos y Cumplimiento Antifraude, Anticorrupción y Anti Lavado de Dinero del Instituto Internacional de Auditores Forenses Antifraude. Miembro del Colegio de CPA de Panamá, Instituto de Auditores Internos, Instituto Panameños de Tributaristas, y de la AIC. Ha fungido como Gerente Corporativo, Directora Ejecutiva, entre otros cargos, y su proyección profesional está dirigida a Consultorías Estratégicas, siendo también Entrenadora Certificada y Conferencista Internacional.

Fue Presidente, Vicepresidente, y Secretaria de la Comisión de Ética y Ejercicio Profesional de AIC. Es Coordinadora del Comité de Soporte Interinstitucional. Ha sido Directora Nacional del CCN-AIC Panamá, Directora Técnica de la Cumbre de las Américas, así como de Seminarios Regionales Interamericanos; y Directora de Finanzas y Administración en diversos congresos nacionales e internacionales.

Por AIC, ha sido Champion de País para el Proyecto IFR4NPO, jurado para premiaciones de investigación del ICP de India, Miembro de Comités Ejecutivos de Asesoría/Cumplimiento/Membresías de IFAC.

Cofundadora, Gerente del Proyecto y Miembro del Comité Regulador de la Alianza de Calidad de Panamá. Es Directora Nacional por Panamá de REDICEAC. Conferencista, autora de trabajos interamericanos, y de artículos técnicos en materia de contabilidad, auditoría, gestión de calidad, ética, códigos de conducta, fraude; escritora y coautora de múltiples libros en materia técnica, de comportamiento, ética conductual y sostenibilidad.