

Values and Business Ethics in a textile company in La Victoria - Lima, 2024

Carol Jimena, Aguilar-Cordova, Bachiller ¹ Hector Luis, Quispe-Huanca, Bachiller ²

¹ Universidad Privada del Norte, N00200149@upn.pe

² Universidad Privada del Norte, N00208654@upn.pe

Abstract– This study investigated the relationship between values and business ethics in a textile company in La Victoria, Lima, in 2024. It was observed that companies in the textile sector improve the work environment by promoting an ethical organizational culture, essential for maintaining trust and long-term success. The research adopted a quantitative approach with a non-experimental descriptive-correlational design. Surveys were conducted with 48 administrative employees, selected from a total population of 54 workers, using questionnaires as the instrument. The results showed a weak correlation ($r = 0.211$, $p = 0.684$) between values and business ethics according to Pearson's correlation test, leading to the rejection of the general alternate hypothesis. These findings highlight the importance of companies reinforcing their ethical practices. Fostering transparency, duty compliance, respect for organizational values, and adopting a proactive approach to business ethics are essential for preserving trust and reputation in the workplace and commercial realm.

Keywords: Values, ethics, business ethics, textile company.

Valores y Ética Empresarial en una empresa textil en La Victoria - Lima, 2024

Resumen– Este estudio investigó la relación entre los valores y la ética empresarial en una empresa textil en La Victoria, Lima, en 2024. Se observó que las empresas del sector textil mejoran el ambiente laboral al promover una cultura organizacional ética, esencial para mantener la confianza y el éxito a largo plazo. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo-correlacional no experimental. Se encuestó a 48 empleados del área administrativa, seleccionados de una población total de 54 trabajadores, utilizando cuestionarios como instrumento. Los resultados mostraron una correlación débil ($r = 0.211$, $p = 0.684$) entre los valores y la ética empresarial según la prueba de correlación de Pearson, lo que llevó al rechazo de la hipótesis general alterna. Estos hallazgos subrayan la importancia de que las empresas refuercen sus prácticas éticas. Fomentar la transparencia, el cumplimiento de deberes, el respeto por los valores organizacionales y adoptar un enfoque proactivo hacia la ética empresarial son esenciales para preservar la confianza y la reputación en el ámbito laboral y comercial.

Palabras clave: Valores, ética, ética empresarial, empresa textil.

Abstract– This study investigated the relationship between values and business ethics in a textile company in La Victoria, Lima, in 2024. It was observed that companies in the textile sector improve the work environment by promoting an ethical organizational culture, essential for maintaining trust and long-term success. The research adopted a quantitative approach with a non-experimental descriptive-correlational design. Surveys were conducted with 48 administrative employees, selected from a total population of 54 workers, using questionnaires as the instrument. The results showed a weak correlation ($r = 0.211$, $p = 0.684$) between values and business ethics according to Pearson's correlation test, leading to the rejection of the general alternate hypothesis. These findings highlight the importance of companies reinforcing their ethical practices. Fostering transparency, duty compliance, respect for organizational values, and adopting a proactive approach to business ethics are essential for preserving trust and reputation in the workplace and commercial realm.

Keywords: Values, ethics, business ethics, textile company.

I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, los seres humanos han sabido gestionar con éxito las relaciones familiares, personales y comerciales, lo cual ha sido un aspecto determinante en su vida. Este manejo adecuado ha contribuido tanto a la competencia individual, en función de las capacidades de cada persona, como al desarrollo económico y al mantenimiento de un estatus social que ha facilitado su progreso en la sociedad y en su carrera profesional [1]. En este marco, la ética y la moral han desempeñado un rol esencial al establecer pautas de conducta

apropiadas, particularmente en el ámbito empresarial.

En los últimos años, ha habido un incremento notable en la conciencia sobre la relevancia de las políticas empresariales. Estas han demostrado ser beneficiosas tanto para las comunidades como para las propias empresas, generando impactos positivos no solo en el ámbito económico, sino también en la estructura organizacional [2]. Sin embargo, se ha observado que algunos directivos en el sector empresarial no han dado suficiente énfasis a la competitividad vinculada con la ética empresarial y los valores. Estos elementos, que varían según la institución, resultan cruciales para garantizar la eficacia organizativa y consolidar un posicionamiento fuerte en el mercado.

En América Latina, muchas instituciones han trabajado arduamente para establecer puntos clave en sus áreas operativas, con un enfoque particular en la ética empresarial. Este proceso ha implicado la creación de políticas estratégicas que fomentan el liderazgo y facilitan la obtención de recursos y beneficios para el entorno empresarial [3]. En este contexto, se ha puesto especial atención en políticas normativas y principios organizacionales que abordan temas como los derechos humanos, la transparencia, la lucha contra la corrupción, así como las condiciones laborales, económicas y ambientales.

En el Perú, se realizó un análisis enfocado en una empresa textil ubicada en La Victoria, Lima, en el año 2024 [4]. Durante este estudio, se evaluó la efectividad del desarrollo organizacional en el área administrativa, haciendo hincapié en los valores y la ética empresarial. Se encontró que el 62.5% de los empleados manifestó un nivel medio o frecuente de adherencia a los valores, lo que subraya la importancia de integrar esta variable en las políticas empresariales. Por otro lado, el 85.4% de los trabajadores identificó la ética empresarial como una herramienta clave para medir la eficacia de las acciones dentro de la empresa textil, lo que resalta la necesidad de fortalecer la confianza y reforzar los valores éticos [5].

En el área administrativa de esta misma empresa, se establecieron principios, deberes y prohibiciones claros. Se promovió la adopción de una postura profesional óptima frente a la ejecución de las tareas, así como en la competencia por recursos limitados, abordando estos desafíos con lealtad y compromiso [6].

II. METODOLOGÍA

El presente estudio se desarrolló bajo un enfoque de investigación fundamental, cuyo objetivo principal fue determinar la relación entre los valores y la ética empresarial en una empresa textil situada en La Victoria, Lima, durante el año 2024 [7]. El enfoque de investigación fundamental busca generar conocimientos que, aunque no tienen una aplicación inmediata, proporcionan una base teórica sólida para la comprensión de

fenómenos complejos. En este caso, se buscó profundizar en el impacto que los valores y la ética tienen en el ámbito empresarial, específicamente en una organización del sector textil.

Se adoptó un diseño no experimental, ya que no se manipuló ninguna variable independiente, sino que se observaron las relaciones naturales entre las variables de estudio. Se utilizó un enfoque transversal, dado que los datos se recogieron en un único momento temporal, lo que permitió analizar el estado actual de las variables dentro de la empresa. Para la recolección de datos, se diseñó un cuestionario estructurado de 20 preguntas para cada una de las variables, el cual fue aplicado a los empleados de la empresa. Este instrumento fue validado previamente mediante una prueba piloto para asegurar su fiabilidad y validez, garantizando así que las preguntas midieran con precisión los conceptos que se buscaban estudiar.

Se analizaron dos variables clave en el estudio, la variable 1, los valores se definieron como los principios fundamentales que guían las conductas y decisiones dentro de la empresa. Estos valores fueron establecidos dentro de un marco normativo específico, adaptado a las particularidades del sector textil. El análisis de los valores permitió identificar cómo estos principios estructuran los desafíos internos, las competencias del equipo y los estímulos necesarios para satisfacer a los clientes de la empresa. La evaluación de los valores incluyó aspectos como el respeto, la probidad, la eficiencia, la idoneidad, la veracidad, la justicia, la neutralidad, la discreción, la igualdad, la seguridad, el manejo adecuado de conflictos de interés y el uso responsable de la información [8]. Se consideró que estos valores influyen directamente en el compromiso de los empleados y, por ende, en el rendimiento organizacional, contribuyendo a la creación de un equipo cohesionado y eficaz.

La variable 2, ética empresarial fue entendida no solo como la conducta de la organización en el mercado, sino también como la forma en que esta gestiona sus recursos humanos para generar valor social. Este concepto abarcó tanto las interacciones internas dentro de la empresa como la relación de la organización con su entorno externo, incluidos los clientes y la comunidad. Se evaluaron dimensiones como la reputación, los principios éticos, las normas morales, la transparencia, la responsabilidad, la lealtad y la integridad [9]. Estos componentes son esenciales para asegurar que la producción y la provisión de servicios no solo sean eficientes, sino también sostenibles, en consonancia con las expectativas éticas del mercado y la sociedad.

La población objetivo de este estudio se compuso de empleados con al menos 5 años de antigüedad en la empresa, lo que permitió garantizar que los encuestados tuvieran una comprensión sólida de la cultura organizacional y de las políticas éticas implementadas en la misma. Inicialmente, se identificaron a 54 empleados directos de la empresa textil en La Victoria – Lima, que cumplían con estos criterios de antigüedad. Sin embargo, tras un proceso de selección, la muestra final estuvo compuesta por 48 trabajadores pertenecientes al área administrativa de la empresa. La selección de la muestra se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, lo que significa que se eligieron aquellos empleados que estaban disponibles y dispuestos a participar en el estudio en el momento de la recolección de datos [11].

El uso del muestreo no probabilístico por conveniencia respondió a las limitaciones prácticas del estudio, como el acceso restringido a ciertos empleados durante el período de

investigación. No obstante, se procuró que los participantes representaran de manera adecuada la estructura organizacional, garantizando así que los resultados obtenidos pudieran ser generalizables dentro del contexto particular de la empresa textil evaluada.

Para el análisis de los datos recolectados, se emplearon técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. Inicialmente, se realizó un análisis descriptivo para caracterizar el comportamiento de las variables valores y ética empresarial en la empresa. Posteriormente, se aplicaron pruebas de correlación para evaluar la relación entre ambas variables. Esto permitió identificar el grado de influencia que los valores organizacionales ejercen sobre las prácticas éticas dentro de la empresa textil. Se utilizó el software estadístico SPSS para procesar los datos, asegurando la precisión y la confiabilidad en los resultados.

El estudio cumplió con todas las normativas éticas requeridas para investigaciones en entornos laborales. Se informó a los participantes acerca del propósito del estudio y se garantizó la confidencialidad de sus respuestas. La participación fue completamente voluntaria, y se aseguró que ningún empleado sería afectado en su entorno laboral por participar o no en el estudio.

III. RESULTADOS

El objetivo de este estudio fue analizar la relación entre los valores y la ética empresarial de una empresa textil en La Victoria - Lima, 2024. Según se indica en la Tabla I, se estimó que la influencia de los valores éticos es del 44%. Es esencial considerar otras variables que puedan contribuir a explicar la variable dependiente, como los valores.

TABLA I
RESUMEN DEL MODELO

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.211 ^a	.044	.024	14.56086

a. Predictores: (Constante), Ética empresarial

Por tanto, es importante identificar la responsabilidad social, los valores éticos y los códigos de ética para el mejor cumplimiento de actividades laborales, en coordinación con el comportamiento humano, considerando la estrategia y reglamento de la empresa.

Los datos de la muestra respaldaron el modelo de investigación al demostrar un nivel de significancia por debajo de 0.05 (p-valor=0.000), como se muestra en la tabla II.

TABLA II
ANÁLISIS DE VARIANZA PARA EL MODELO DE REGRESIÓN LINEAL

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	452.394	1	452.394	2.134	.151 ^b
	Residuo	9752.856	46	212.019		
	Total	10205.250	47			

a. Variable dependiente: Valores

b. Predictores: (Constante), Ética empresarial

En la tabla III el valor de $B_0 = 34.619$ y $B_1 = .347$ y con un nivel de significancia mayor a 0.05 ($p\text{-valor} = 0.000$), mientras que el error típico calculado fue de 21.330 y .237. La utilización de los datos permitió la elaboración de la fórmula de la ecuación de regresión lineal simple para describir el Calidad de Servicio al cliente. La ecuación (1) es:

$$\text{Log } Y = 34.62 + 0.35 * X \quad (1)$$

TABLA III
COEFICIENTES DEL MODELO DE REGRESIÓN

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
1 (Constante)	34.619	21.330		1.623	.111
Ética empresarial	.347	.237	.211	1.461	.151

a. Variable dependiente: Valores

Los resultados del estudio revelaron una correlación significativa entre los valores y la ética empresarial. En el ámbito organizacional, los valores desempeñaron un rol fundamental al actuar como un pilar ético que orientaba tanto las decisiones como las acciones cotidianas. Estos valores no solo fortalecieron la cultura corporativa, sino que también resultaron cruciales para atraer y retener a empleados altamente comprometidos, mejorando así la reputación de la empresa. Además, crearon un entorno favorable para la innovación, lo que facilitó la toma de decisiones audaces y estratégicas. A largo plazo, la implementación de estos valores dentro de la empresa aseguró su sostenibilidad, ya que promovieron prácticas comerciales responsables y establecieron relaciones sólidas con las partes interesadas clave [1].

El análisis de los resultados específicos mostró una alineación con investigaciones previas que habían explorado la relación entre los valores y la ética empresarial en diferentes sectores. La necesidad de orientar las acciones empresariales en torno a principios éticos y valores subraya la importancia de establecer lineamientos claros dentro de la organización. En el caso de la empresa textil estudiada, el vínculo con la responsabilidad social y los códigos de conducta ética fue esencial para mejorar la eficacia operativa y alcanzar los objetivos corporativos de manera exitosa [1, 13].

Con respecto al primer objetivo específico, que buscaba analizar la relación entre los principios y la ética empresarial en una empresa textil de La Victoria, Lima, en el año 2024, se observó un alto nivel de compromiso por parte de los empleados con los principios éticos establecidos. Este compromiso no solo reforzó la confianza y mejoró la reputación de la organización, sino que también incentivó el cumplimiento de normativas legales, fomentó la innovación y aumentó la motivación entre los trabajadores [3]. Estos principios éticos contribuyeron a crear un ambiente laboral cohesivo, en el cual se priorizó el respeto mutuo y la integridad profesional.

En relación con el segundo objetivo, que tenía como propósito identificar cómo se relacionan los deberes y la ética empresarial en la misma empresa textil, se evidenció una relación moderadamente significativa. Entre los conceptos clave analizados estuvieron la igualdad, el uso adecuado de los recursos, la transparencia y la neutralidad, todos ellos considerados esenciales para comprender esta relación. La implementación adecuada de estos deberes no solo ayudó a consolidar un entorno laboral más equitativo y

eficiente, sino que también promovió la responsabilidad compartida dentro de la organización, fortaleciendo así la cohesión y el desempeño general [5].

Finalmente, en cuanto al tercer objetivo, que se centraba en investigar la relación entre las prohibiciones y la ética empresarial, los resultados mostraron una relación significativa moderada. Se subrayó la importancia de que la empresa textil mantuviera estrictamente las prohibiciones establecidas, lo cual fue determinante para sostener altos estándares éticos en todas sus operaciones. Esto no solo implicó cumplir con las leyes y regulaciones vigentes, sino también evitar cualquier actividad que pudiera ser considerada éticamente cuestionable. El cumplimiento de estas prohibiciones garantizó que la empresa operara con transparencia e integridad, elementos que resultaron vitales para preservar su reputación y estabilidad en el mercado [12].

En el análisis de hipótesis, se observó un coeficiente de correlación de Pearson de 0.211 (Tabla IV), lo que señala la presencia de una correlación positiva moderada entre el clima organizacional y la calidad del servicio.

TABLA IV
HIPÓTESIS GENERAL

		Valores	Ética profesional
Valores	Correlación de Pearson	1	.211
	Sig. (bilateral)		.151
	N	48	48
Ética empresarial	Correlación de Pearson	.211	1
	Sig. (bilateral)	.151	
	N	48	48

Asimismo, como consecuencia de las hipótesis específicas, se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0.649 (Tabla V), lo cual indica la presencia de una correlación positiva moderada entre los principios y la ética empresarial.

TABLA V
HIPÓTESIS ESPECIFICA

		Ética empresarial	Principios
Ética empresarial	Correlación de Pearson	1	.649**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	48	48
Principios	Correlación de Pearson	.649**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	48	48

Además, como resultado de la hipótesis específica 2, se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0.144 (Tabla VI), lo cual indica la presencia de una correlación positiva moderada entre los deberes y la ética empresarial.

TABLA VI
HIPÓTESIS ESPECIFICA

		Ética empresarial	Deberes
Ética empresarial	Correlación de Pearson	1	.144
	Sig. (bilateral)		.329
	N	48	48
Deberes	Correlación de Pearson	.144	1
	Sig. (bilateral)	.329	
	N	48	48

Como resultado de la hipótesis específica 2, se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de -0.166 (Tabla VII), lo cual indica la presencia de una correlación baja entre las prohibiciones y la ética empresarial.

TABLA VII
HIPÓTESIS ESPECIFICA

		Ética empresarial	Prohibiciones
Ética empresarial	Correlación de Pearson	1	-.166
	Sig. (bilateral)		.259
	N	48	48
Prohibiciones	Correlación de Pearson	-.166	1
	Sig. (bilateral)	.259	
	N	48	48

Los resultados obtenidos confirman la hipótesis de que los valores, principios, deberes y prohibiciones guardan una relación directa con la ética empresarial en una empresa textil ubicada en La Victoria, Lima, en 2024. Sin embargo, se identificaron áreas de mejora en aspectos como eficacia, igualdad, imparcialidad, comunicación, transparencia, moral y confianza.

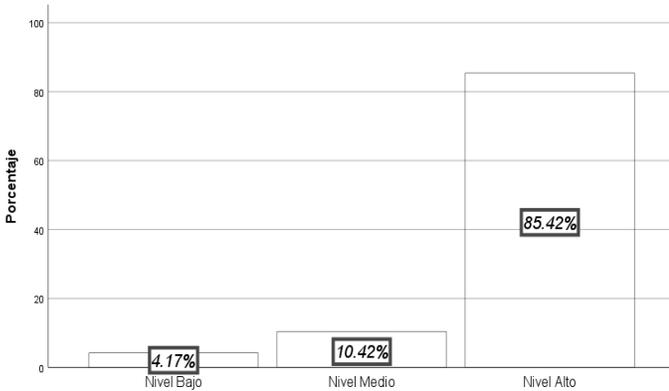


Fig. 1 Niveles de ética empresarial.

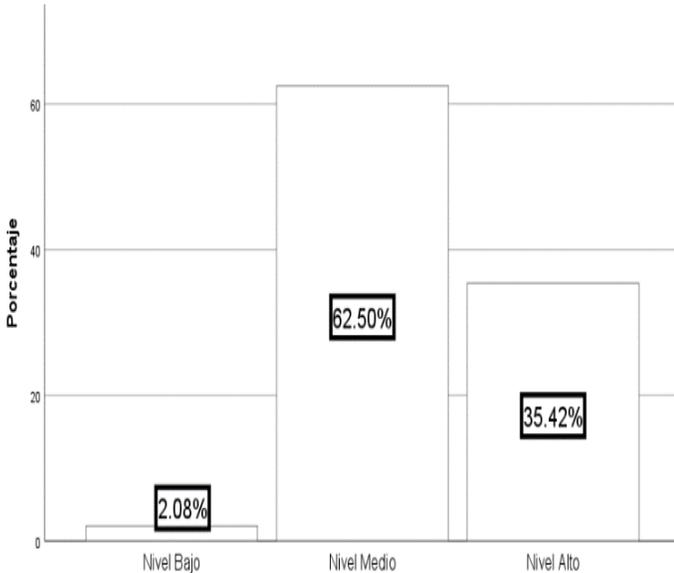


Fig. 2 Niveles de valores.

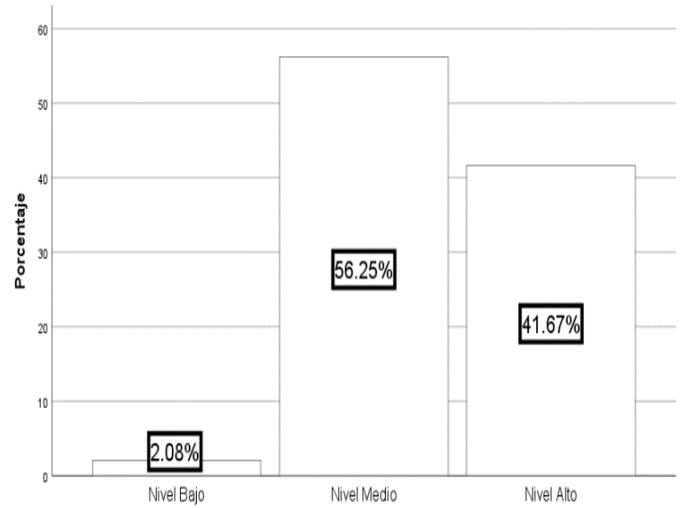


Fig. 3 Niveles de principios.

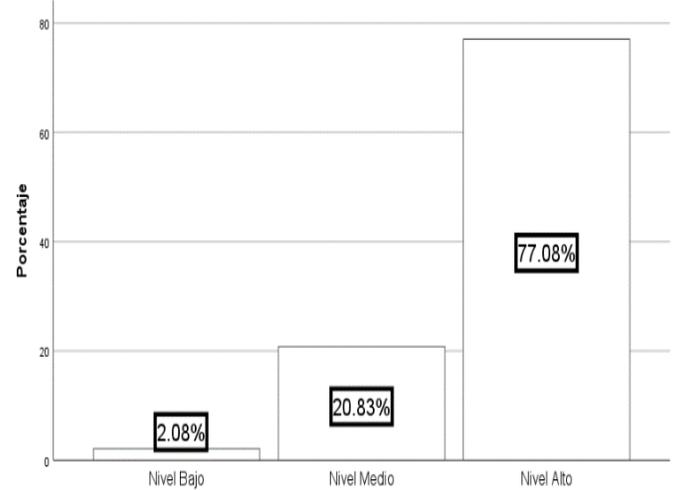


Fig. 4 Niveles de deberes.

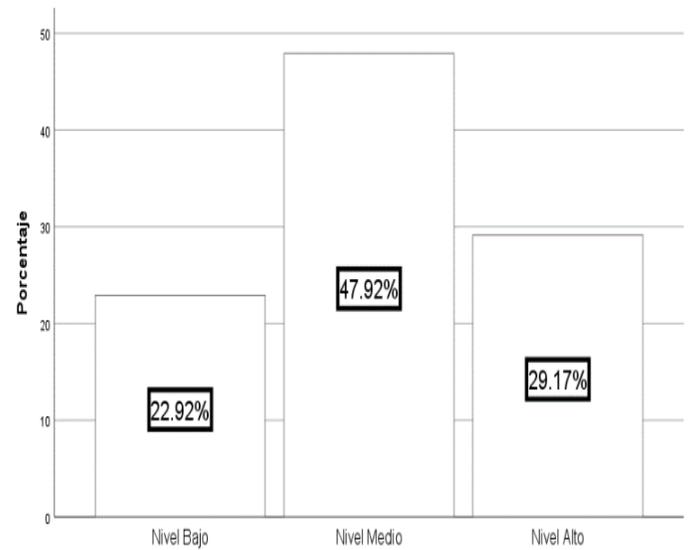


Fig. 5 Niveles de prohibiciones.

Se observó que más del 45 % de los colaboradores califica generalmente las dimensiones consultadas como regular con tendencia a alto o bueno. Esto refleja inicialmente cómo se percibe los valores y la ética profesional en una empresa textil en La Victoria -Lima, 2024.

IV. CONCLUSIONES

El estudio evidenció una relación clara y significativa entre los valores y la ética empresarial en una empresa textil de La Victoria, Lima, en 2024, confirmando que la integración de principios éticos es esencial para una organización efectiva. Estos resultados refuerzan la premisa de que los valores éticos y la moral no solo contribuyen a una mejor gestión interna, sino que también potencian el desempeño organizacional en su conjunto. Al abordar conjuntamente los valores y la ética empresarial, se logró mejorar tanto la experiencia de los empleados como la imparcialidad en la toma de decisiones dentro del área administrativa.

Además de los valores y la ética, se identificaron otros factores clave, como los principios, deberes y prohibiciones, que juegan un papel importante en el fortalecimiento de la ética organizacional. La promoción de estos elementos no solo es crucial para mejorar la cultura ética de la empresa, sino también para asegurar su eficacia y eficiencia operativa.

Es indispensable que las empresas incorporen estos valores de manera integral en todas sus operaciones, yendo más allá de políticas formales para construir una cultura organizacional que refleje estos principios en la práctica diaria. Este enfoque no solo fortalece la confianza tanto interna como externa, sino que posiciona a la empresa para un crecimiento sostenible y la consolida como un referente en términos de reputación y responsabilidad a largo plazo.

AGRADECIMIENTO

Deseamos manifestar nuestro más profundo agradecimiento a la Universidad Privada del Norte por su apoyo invaluable durante todo el desarrollo de este proyecto. Su constante respaldo institucional y el acceso a los recursos necesarios para llevar a cabo esta investigación han sido determinantes para el éxito del estudio. Sin su compromiso con la investigación académica y el avance del conocimiento, este trabajo no habría sido posible.

Asimismo, expresamos nuestra más sincera gratitud a la Dra. Leidy Lucía Méndez Gutiérrez, cuya labor como asesora y coautora fue esencial en cada etapa de este proceso. Su acompañamiento cercano, su orientación experta y sus contribuciones clave resultaron fundamentales no solo para la estructuración y enfoque de este estudio, sino también para lograr la aceptación de este. Su compromiso inquebrantable y disposición constante nos guiaron y motivaron a lo largo del camino.

Quisiéramos también reconocer y resaltar el importante aporte de los fundadores, revisores y del equipo de LEIRD. Gracias a su dedicación, profesionalismo y valiosas observaciones, este trabajo ha logrado una mayor solidez académica y científica. Su esfuerzo colectivo ha permitido no solo mejorar los resultados de esta investigación, sino también fomentar un ambiente de colaboración y excelencia en la producción científica.

Finalmente, extendemos un agradecimiento especial a los estudiantes e investigadores que forman parte del equipo de

LEIRD, quienes, con su constante dedicación y espíritu innovador, continúan impulsando iniciativas que generan un impacto positivo en la sociedad. Su trabajo incansable y su compromiso con el desarrollo del conocimiento han sido una inspiración y una muestra clara del potencial transformador de la investigación científica para el bien común.

REFERENCIAS

- [1] D. Silva, "Valores de una empresa: ¿cómo definirlos para ser marcantes?", *Zendesk MX*, 2020.
- [2] K. Guerra, J. Llanes, y J. M. Suárez, "Auditoría del desempeño ético empresarial", *Cofin Habana*, vol. 14, no. 2, pp. 28-33, 2020.
- [3] G. V. Chávez y M. L. Roche Aguirre, "La ética en la responsabilidad social empresarial: Ethics in corporate social responsibility", *South Florida J. Dev.*, vol. 3, no. 1, pp. 177-193, 2022.
- [4] R. M. Lozano y G. D. García, "Impacto de la ética en las empresas", *Inst. Contad. Púb.*, 2020.
- [5] L. Patrick y E. Skewes, "Personal and professional dimensions of news work: Exploring the link between journalists' values and roles", *J. Mass Commun. Q.*, vol. 80, no. 4, pp. 833-848, 2023.
- [6] T. D. J. Sabido, N. V. Alonso, y G. A. Barredo, "Código de ética empresarial, un análisis del aporte de los profesionales y la percepción de los empleados sobre su importancia en las empresas", *RIDE Rev. Iberoam. Investig. Desar. Educ.*, vol. 13, no. 26, 2023.
- [7] L. Neri, *La estrategia de marketing en redes sociales y la competitividad del centro comercial APIAT de Trujillo – 2017*, Licenciatura, Universidad César Vallejo, 2017.
- [8] G. E. V. Cuadros, *Valores éticos y desempeño laboral del personal administrativo de la Oficina de Atención al Público del Seguro Social de Salud en Jesús María, 2016*, Universidad César Vallejo, 2016.
- [9] M. S. Roqué y I. Macpherson, "Análisis de la ética de principios, 40 años después", *Rev. Bioética*, vol. 26, no. 2, pp. 189-197, 2018.
- [10] S. K. Barreto, L. M. Yáñez-Galleguillos, y S. P. Leiva-Rivera, "La deshonestidad académica: estudio de caso de estudiantes de ciencias empresariales", *REXE Rev. Estud. Exp. Educ.*, vol. 22, no. 48, pp. 152-169, 2023.
- [11] R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, y P. Baptista Lucio, *Metodología de la investigación*, 6th ed., McGraw-Hill Interamericana Editores, 2014.
- [12] T. L. Beauchamp y J. F. Childress, *Principles of biomedical ethics*, Oxford University Press, 2020.
- [13] A. J. J. Velásquez y M. Á. Tarazona, "Percepciones y actitudes sobre ética empresarial en los procesos de servicio al cliente, liderados por los egresados graduados durante los años 2012 y 2013 de la Maestría

en Administración de la Universidad Santo Tomás Seccional Bucaramanga", *Santo Tomás*, 2017.