



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

LICENCIATURA EN SECRETARIADO GERENCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN SECRETARIADO GERENCIAL

TEMA:

PROPUESTA DE UN CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA EMPRESA
“BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS” DE LA CIUDAD DE
AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, EN EL AÑO 2016.

AUTOR:

EDGAR ROBERTO BARONA IBARRA

AMBATO - ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por el Sr. Edgar Roberto Barona Ibarra, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango

DIRECTOR

Ing. Jorge Antonio Vasco Vasco

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Edgar Roberto Barona Ibarra declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 22 de marzo de 2017

Edgar Roberto Barona Ibarra

C.C. 1803970191

DEDICATORIA

A:

Dios, por ser mi amigo fiel, el cual está presente en los momentos buenos y malos de mi vida, siendo mi perfecta ayuda para poder salir adelante.

Mi querida esposa María José Revelo, quien en el transcurso de estos años ha sido mi ayuda idónea, apoyándome en todo lo que emprendo.

Mi hijo Ian Jahir Barona por ser mi aliento, mi motivación e inspiración para seguir luchando en esta vida.

Mis amados padres Rodrigo Barona y Delia Ibarra por sus consejos, los cuales me guiaron con sabiduría por el camino del bien.

Cada uno de mis hermanos por estar siempre presentes, acompañándome en todo momento para poderme realizar.

Roberto Barona I.

AGRADECIMIENTO

A:

En primer lugar doy gracias a Dios, por haberme dado las fuerzas, sabiduría y valor para poder cumplir mis metas.

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) por darme la oportunidad de estudiar y formarme como profesional.

La empresa Bectro Diseño Publicidad & Medios por permitirme realizar la investigación pertinente dentro de su empresa.

Mi tutor Ingeniera Maritza Rodríguez y al miembro de la misma ingeniero Jorge Vasco por brindarme su apoyo incondicional e instruirme paso a paso para poder llegar a la culminación de mi trabajo de titulación y por ende a la de mi carrera.

Finalmente agradezco a todas las personas quienes de una u otra manera colaboraron hasta la culminación de mi carrera.

Roberto Barona I.

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas	x
Índice de gráficos.....	xi
Índice de anexos.....	xiii
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xv
Introducción	1
CAPÍTULO I: PROBLEMA	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1 Formulación del problema.....	3
1.1.2 Delimitación del problema	4
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 Objetivo General.....	5
1.3.2 Objetivos Específicos	5
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	6
2.1.1 Antecedentes Históricos	7
2.1.2 Misión.....	8
2.1.3 Visión.....	8
2.1.4 Organización interna.....	8
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10
2.2.1 La ética	10
2.2.1.1 Génesis de la ética empresarial.....	11
2.2.1.2 Importancia de la Ética	11
2.2.1.3 Ética y Moral	12

2.2.1.4	Sentido de la ética.....	13
2.2.2	Valores.....	14
2.2.2.1	Valores sociales	15
2.2.2.2	Valores productivos o empresariales	15
2.2.3	Código de ética	16
2.2.3.1	Importancia de los códigos de ética.....	17
2.2.3.2	Clases de códigos de ética	18
2.2.3.3	Funciones de un código de ética empresarial	19
2.2.3.4	Beneficios de un código de ética	21
2.2.3.5	Estructura de un código de ética.....	22
2.2.3.6	Elaboración de un código de ética.....	25
2.2.3.7	Pasos para implementar un código de ética en las empresas.....	26
2.2.4	Concepto de cultura organizacional.....	28
2.2.4.1	Tipos de Cultura Organizacional	28
2.2.4.2	Características de la cultura organizacional	29
2.2.4.3	Importancia de la cultura organizacional.....	30
2.2.5.1	Código de ética para el buen vivir de la función ejecutiva.....	31
2.2.5.2	Principios y Valores Éticos Generales.....	33
2.2.5.3	Código de trabajo del Ecuador	35
2.2.6	Marco conceptual.....	36
2.3	IDEA A DEFENDER	40
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		41
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	41
3.2.1	Cualitativo	41
3.2.2	Cuantitativo	41
3.2.3	De campo.....	41
3.2.4	Por la naturaleza del trabajo de investigación	41
3.2.4.1	Crítico	42
3.2.4.2	Propositivo.....	42
3.2.5	Bibliográfica – Documental.....	42
3.3	Población y muestra.....	42
3.4	Métodos	44
3.4.1	Técnica.....	44

3.4.2	Instrumentos	45
3.5	RESULTADOS	45
3.5.1	Entrevista:	45
3.5.2	Encuesta a los empleados	49
3.5.3	Encuesta dirigida a los clientes de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.	62
3.5.4	Encuesta dirigida a los proveedores de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.	70
3.5.5	Análisis de resultados	77
3.5.6	Diagnóstico de la empresa	80
3.5.7	FODA	80
3.6	VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER	81
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO		82
4.1	TÍTULO	82
4.1.1	Información Institucional.....	82
4.1.2	Filosofía Institucional	83
4.1.3	Antecedentes.....	83
4.1.4	Objetivos institucionales.....	84
4.1.4.1	Objetivo general	84
4.1.4.2	Objetivos Específicos	84
4.1.5	Valores Axiológicos	86
4.1.6	Manual de funciones y procesos	88
4.1.7	Políticas de pago	106
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	110
4.2.1	Reglamento interno de la empresa “BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS”	112
4.2.2	Diseño del Código de Ética	146
4.3	INTRODUCCIÓN	146
4.4	JUSTIFICACIÓN	146
4.5	OBJETIVOS	146
4.5.1	Objetivo General.....	146
4.5.2	Objetivos Específicos	147
4.6	Alcance	147
4.7	Proceso de elaboración del código de ética	147

4.8	Código de ética	147
4.8.1	Políticas Generales de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”	148
4.8.2	Responsabilidad de la alta dirección.....	149
4.8.3	Responsabilidades de los empleados	149
4.8.4	Principios fundamentales de comportamiento.....	151
4.8.5	Relación de la empresa con los empleados.....	152
4.8.6	Relación con los clientes	154
4.8.7	Relaciones con los proveedores.....	154
4.8.8	Relación con la sociedad	155
4.8.9	Cumplimiento de las leyes.....	156
4.9	Medio ambiente	156
4.9.1	Conflictos de interés	157
CONCLUSIONES		159
RECOMENDACIONES.....		160
BIBLIOGRAFÍA		161
ANEXOS		163

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Semejanzas y diferencias entre ética y la moral	13
Tabla 2: Valores sociales	15
Tabla 3: Valores productivos o empresariales	15
Tabla 4: Funciones del código de ética.....	20
Tabla 5: Preguntas de entrevista al gerente	45
Tabla 6: Información de la satisfacción de trayectoria del personal en la empresa.....	49
Tabla 7: Nivel de satisfacción del personal al trabajar en equipo.....	51
Tabla 8: Relaciones entre el personal de la empresa	52
Tabla 9: Frecuencia de reclamos de clientes	53
Tabla 10: Trato al cliente	54
Tabla 11: Nivel de satisfacción del personal por la remuneración que recibe	55
Tabla 12: Principios y valores éticos que promueve la empresa	56
Tabla 13: Personal que se encuentra afiliado al seguro social.....	57
Tabla 14: Personal que cuenta con el equipo necesario para trabajar.....	58
Tabla 15: Reutilización del material	59
Tabla 16: Nivel de conocimiento de funciones	60
Tabla 17: Nivel de confidencialidad de diseños elaborados.....	61
Tabla 18: Nivel de atención recibida por los empleados	62
Tabla 19: Nivel de satisfacción del tiempo de entrega de productos y servicios	63
Tabla 20: Principios y valores éticos que promueve la empresa	64
Tabla 21: Frecuencia de reclamos por el producto o servicio entregado.....	65
Tabla 22: Frecuencia de solución de reclamos	66
Tabla 23: calificación de productos y servicios recibidos	67
Tabla 24: Sugerencias para el mejoramiento del servicio	68
Tabla 25: calificación de los costos del producto o servicio	69
Tabla 26: Calificación de atención de los empleados.....	70
Tabla 27: calificación del pago por materia prima entregada.....	71
Tabla 28: Frecuencia de reclamos	72
Tabla 29: Frecuencia de reclamos realizados	73
Tabla 30: Relaciones comerciales de la empresa.....	74
Tabla 31: Principios y valores éticos que promueve la empresa	75

Tabla 32: Sugerencias para el mejoramiento del servicio	76
Tabla 33: Análisis de resultados internos de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.....	77
Tabla 34: Análisis de resultados externos de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.....	78
Tabla 35: Matriz axiológica.....	86
Tabla 36: Funciones del gerente	88
Tabla 37: Funciones de la secretaria.....	89
Tabla 38: Funciones del diseñador	90
Tabla 39: Funciones del operador.....	91
Tabla 40: Funciones del vendedor	92
Tabla 41: Funciones del contador.....	93
Tabla 42: Procesos del gerente	94
Tabla 43: Procesos de la secretaria	96
Tabla 44: Procesos del diseñador.....	98
Tabla 45: Procesos del operador	100
Tabla 46: Procesos del vendedor	102
Tabla 47: Procesos del contador	104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Organigrama de la empresa “BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS”	9
Gráfico 2: Relación entre el desarrollo integral del ser humano y la proyección de las virtudes.....	14
Gráfico 3: Códigos de ética	17
Gráfico 4: Clases de códigos de ética	19
Gráfico 5: Estructura de un código ético	24
Gráfico 6: Funciones de la cultura de la organización.....	31
Gráfico 7: Información de la satisfacción de trayectoria del personal en la empresa	49
Gráfico 8: Nivel de satisfacción del personal al trabajar en equipo	51
Gráfico 9: Relaciones entre el personal de la empresa	52
Gráfico 10: Frecuencia de reclamos de clientes	53
Gráfico 11: Trato al cliente	54

Gráfico 12: Nivel de satisfacción del personal por la remuneración que recibe	55
Gráfico 13: Principios y valores éticos que promueve la empresa	56
Gráfico 14: Personal que se encuentra afiliado al seguro social.....	57
Gráfico 15: Personal que se encuentra afiliado al seguro social.....	58
Gráfico 16: Reutilización del material.....	59
Gráfico 17: Nivel de conocimiento de funciones	60
Gráfico 18: Nivel de confidencialidad de diseños elaborados.....	61
Gráfico 19: Nivel de atención recibida por los empleados	62
Gráfico 20: Nivel de satisfacción del tiempo de entrega de productos y servicios	63
Gráfico 21: Principios y valores éticos que promueve la empresa	64
Gráfico 22: Frecuencia de reclamos por el producto o servicio entregado	65
Gráfico 23: Frecuencia de solución de reclamos	66
Gráfico 24: calificación de productos y servicios recibidos	67
Gráfico 25: calificación de productos y servicios recibidos	68
Gráfico 26: calificación de los costos del producto o servicio	69
Gráfico 27: Calificación de atención de los empleados.....	70
GRÁFICO 28: Calificación del pago por materia prima entregada	71
Gráfico 29: Frecuencia de reclamos	72
Gráfico 30: Frecuencia de reclamos realizados	73
Gráfico 31: Relaciones comerciales de la empresa	74
Gráfico 32: Principios y valores éticos que promueve la empresa	75
Gráfico 33: Sugerencias para el mejoramiento del servicio	76
Gráfico 34: Organigrama de la empresa “BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS”	87
Gráfico 35: Flujograma de procedimientos del gerente.....	95
Gráfico 36: Flujograma de procedimientos de la secretaria	97
Gráfico 37: Flujograma de procedimientos del diseñador.....	99
Gráfico 38: Flujograma de procedimientos del operador	101
Gráfico 39: Flujograma de procedimientos del vendedor	103
Gráfico 40: Flujograma de procedimientos de cobro del contador.....	105

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Diseño de la encuesta dirigido a los empleados de la empresa.....	163
Anexo 2: Diseño de la encuesta dirigido al cliente externo de la empresa.....	166
Anexo 3: Diseño de la encuesta dirigido a los proveedores de la empresa.	168
Anexo 4: Diseño de la entrevista dirigida al gerente de la empresa.	170
Anexo 5: Clientes de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”	171
Anexo 6: Imágenes de reunión para elaboración del código de ética.....	188

RESUMEN

La propuesta del diseño de un código de ética para la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua, en el año 2016, tiene como fin fortalecer la cultura organizacional y servir como guía para el buen comportamiento de los integrantes de la organización, cumpliendo con el objetivo planteado. Esta investigación, permitió conocer los criterios de los usuarios y trabajadores a través de la aplicación de encuestas, se realizó un análisis FODA para conocer las fortalezas y debilidades existentes. Se plantea la estrategia del diseño de un código de ética, donde se presenta normas establecidas en el reglamento interno de la organización, que rigen el comportamiento ético que debe tener el talento humano, el mismo que servirá de guía en el desempeño del personal, permitiendo que la entidad mejore significativamente, alcanzando aspectos positivos para que disminuya o elimine sus debilidades y así contribuir en la mejora continua de la organización, la misma tendrá un impacto real en la institución generando la fidelidad del cliente externo, logrando fortalecer la imagen y prestigio empresarial.

Palabras claves: CÓDIGO ÉTICA. CULTURA ORGANIZACIONAL. FODA.

Ing. Olga Maritza Rodríguez Ulcuango

DIRECTORA TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The proposal to design a code of ethics for the company "Bectro Diseño Publicidad y Medios" in the city of Ambato, Tungurahua Province, in 2016, aims to strengthen the organizational culture and serve as a guide for the good behavior of the members of the organization, fulfilling the objective set. This research, allowed to know the criteria of users and workers through the application of surveys, a SWOT analysis was performed to know existential strengths and weaknesses. The strategy for the design of a code of ethics is presented, where rules established in the internal regulations of the organization are established, which govern ethical behavior that human talent must have, which will serve as a guideline in the performance of the personnel, allowing the entity improve significantly, improving the positive aspects so that it diminishes or eliminates its weaknesses and thus contribute in the continuous improvement of the organization, it will have a real impact in the institution generating the loyalty of the external client, managing to strengthen the image and prestige Business.

Key words: ETHICAL CODE. ORGANIZATIONAL CULTURE. SWOT.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación, tiene por objetivo diseñar un código de ética para la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, la misma que está orientada a contribuir con la cultura organizacional.

En la actualidad, se observa una gran crisis de valores y principios éticos, percibidas dentro y fuera de la empresa, la ética discute y juzga las normas morales que la sociedad aprueba o desaprueba, los principios regulan las prohibiciones, castigando y asegurando el cumplimiento de las mismas.

La empresa debe operar con ética y transparencia, para ser rentable y asegurar su permanencia por largo tiempo, con lo que garantizará conductas éticas, de quienes conforman la organización, rescatando los buenos modales mediante la elaboración de un código de ética, cuyo contenido norme al personal.

En el desarrollo del capítulo I, se define, formula y delimita el problema, el cual contiene una breve descripción de la empresa, la justificación y los objetivos.

En el capítulo II, encontramos el marco teórico, el cual contiene antecedentes investigativos e históricos, idea a defender, fundamentación teórica, la que se encuentra relacionada con temas sobre el código de ética, su importancia, estructura, beneficios y la cultura organizacional.

En el capítulo III, se desarrolla el marco metodológico que está conformado por la modalidad de la investigación, tipos, métodos, técnicas, instrumentos, análisis e interpretación de resultados, población y muestra. Se analiza a la organización a través de la matriz FODA y la verificación de la idea a defender.

En el capítulo IV, se define el marco propositivo de la investigación, se establece los siguientes aspectos, datos informativos y antecedentes de la empresa, dentro del contenido de la propuesta se presenta la elaboración del manual del código de ética, el

mismo que contiene introducción, justificación, objetivo general, objetivos específicos y artículos que guiarán el comportamiento de los colaboradores de la empresa, posteriormente se determinan las conclusiones y recomendaciones que se llegó luego de la investigación.

Finalmente en los anexos se tiene los modelos de la entrevista y de las encuestas realizadas al trabajador, cliente y proveedores, además una tabla de clientes frecuentes de la empresa e imágenes de la reunión realizada para la elaboración del código de ética.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” está ubicada en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, dedicada a brindar servicios de diseño gráfico, impresión de artes finales, publicidad exterior y fotografía.

Según datos estadísticos INEC (2014), en el Ecuador se encuentran establecidas 843.644 micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, 1.6% dedicadas al diseño y publicidad. En la provincia de Tungurahua existen 43.036 empresas, el 0.27% están relacionadas al diseño y publicidad, en la ciudad de Ambato hay 18.576 empresas, el 0.3% se dedican al diseño gráfico y publicidad.

En la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” se observó que uno de los problemas principales es el robo de información de diseños digitales, la impuntualidad, la falta de cooperación en equipo, evidenciándose una mala conducta de los empleados de la empresa, puesto que los trabajadores no tienen la suficiente información acerca de los aspectos éticos, lo que conlleva a una mala cultura organizacional, esto genera pérdidas y conflictos dentro de la misma.

Contribuyendo a esta problemática, la ausencia de ética, causa la desorganización en los procesos y actividades que se realizan diariamente dentro de las diferentes dependencias de la empresa y resolver el problema resulta complicado, al no contar con una guía de comportamiento para los colaboradores de la empresa.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cómo incide la inexistencia de un código de ética en la cultura organizacional de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, en el año 2016?

1.1.2 Delimitación del problema

El objeto a investigar se desarrollará en la empresa privada, “Bectro Diseño Publicidad & Medios” ubicada en la Av. Jácome Clavijo y Av. Atahualpa local No 14 de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, en el año 2016.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación pretende justificar los procedimientos, que son necesarios para proponer un código de ética, que sirvan para el desempeño del cliente interno de la empresa y así poder desempeñarse con moral, ética, productividad, responsabilidad, respeto y con una visión de crecer y hacer crecer a la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Además se pretende promover la eficiencia, eficacia, efectividad y calidad de las operaciones, para garantizar los principios y valores éticos como parte de la cultura organizacional, puesto que estos valores rigen la conducta del personal, orientando su integridad y compromiso hacia la organización.

En la actualidad, el cambio de la gestión empresarial, exige su evolución, considerando como base la responsabilidad social, junto a todo el equipo de trabajo que lo involucran, esto solo será posible si la empresa asume comportamientos y decisiones basadas en la ética y la moral, para así poder lograr una buena cultura organizacional de dicha empresa.

Por lo tanto, el presente trabajo pretende asentar las bases y guías necesarias para establecer una propuesta de un código de ética para la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua en el año 2016, mediante el proceso de discusión y análisis, donde se den a conocer los lineamientos para la implementación de valores, normas y orientaciones generales de la acción, que permita construir una empresa moderna, altamente competitiva y consiente de su responsabilidad social y ambiental.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un código de ética para la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua en el año 2016, para contribuir a la cultura organizacional.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Fundamentar los referentes teóricos de diseño y aplicación del código de ética para la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”
- Realizar un análisis situacional de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” de la ciudad de Ambato 2016.
- Proponer un código de ética ante los miembros de la Empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para desarrollar el presente trabajo de investigación, se recopiló información la cual tiene similitud con las siguientes investigaciones:

La autora Ángela Ocampo, M. (2010), en su tesis de grado sobre la ética del personal y la gestión administrativa de la empresa MELTO S.A menciona que:

Son varios los problemas observados por la falta de principios y valores éticos por los trabajadores de la empresa, evidenciándose la falta de un código de ética que ayude a evitar comportamientos desagradables entre empleados y hacia el cliente, ya que las mismas se siguen realizando por falta de un código de ética empresarial, que trate de erradicar estos comportamientos en el actuar diario de la empresa y en su desarrollo.

La investigadora recomienda la implementación del código de ética planteado, para que la empresa pueda ser reconocida por el buen trato al cliente, alcanzando el éxito de la misma.

Samaniego, M. (2012), en su tesis sobre el establecimiento de la ética en las organizaciones concluye que:

Es necesario un cambio de conducta de los miembros de la organización para la construcción de un ambiente ético y de responsabilidad social, ya que la forma de reflejar los valores de la organización es mediante el diseño y la implementación de un código de ética.

Plantea además que no es suficiente establecer un código de ética para alcanzar los objetivos planteados, que además es necesaria la colaboración del personal para poder cumplir con las metas establecidas por la empresa y así llegar al éxito institucional.

Pérez, R. (2010), en su tesis sobre el comportamiento moral en las organizaciones analiza que:

Es importante el estudio de la ética en el ámbito empresarial, éste influye en el comportamiento moral de los miembros de una empresa sobre los factores que inciden en el clima ético de la misma, puesto que las empresas no dan énfasis en otorgar una educación con regularidad sobre valores éticos y morales

La conclusión a la cual llegó el investigador, es la importancia de la implementación de un código ético para mejorar el desempeño de sus trabajadores.

El investigador sugiere la implementación de un código de ética para la empresa, con lo cual ayudará a la misma a crecer, a tener un buen ambiente laboral y alcanzar el reconocimiento y satisfacción del usuario.

Con las investigaciones revisadas, se puede analizar que un código de ética empresarial marca la diferencia para el desarrollo y cumplimiento de metas, mejorando el comportamiento de los integrantes de la organización con un buen servicio y trabajo en equipo.

2.1.1 Antecedentes Históricos

La empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, inicia sus actividades un 21 de mayo del año 2005, con el diseñador y comunicador Leonardo Enrique Ibarra como gerente propietario, la cual estuvo ubicada en la calle Pedro León Donoso y Mideros, Ciudadela Alborada, en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, contando con tan solo cuatro clientes, pero desde ya se tenía una clara voluntad de ofrecer conocimiento, creatividad y flexibilidad, todo ello unido a una ejecución exquisita de los trabajos. Ofreciendo diseños a pequeñas, medianas empresas y a personas naturales.

Con el transcurrir de los años “Bectro Diseño Publicidad & Medios” ha mejorado e innovando sus productos, ideas y servicios para el mejor desempeño de la empresa y satisfacción del cliente tanto interno como externo que confía en sus conocimientos, por lo cual la empresa tuvo que trasladarse a un local más amplio ya que se incrementó

maquinaria, tecnología, equipos y 11 colaboradores que están entre el personal administrativo, creativo, y obreros. La nueva instalación hasta la presente fecha está ubicada en la Avenida Jácome Clavijo y Av. Atahualpa local N°14 en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

Desde el año 2010 al 2016, se incrementa nuevos productos como la realización de spot publicitarios, jingles, sesiones fotográficas, impresión y diagramación de libros, revistas, trípticos, folletos, dípticos, volantes, afiches, acordeones, gigantografías, vallas, publicidad móvil, stands para ferias, diseño de páginas web, elaboración de la marca de productos o imagen corporativa de la empresa, pop publicitarios, inflables, ánforas, entre otros productos publicitarios.

2.1.2 Misión

Ser una empresa líder en la industria de la comunicación publicitaria que representa y promueve los estándares profesionales creativos. Con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes brindando soluciones inteligentes a necesidades específicas, con toda la experiencia, responsabilidad y competitividad que caracteriza a nuestra organización.

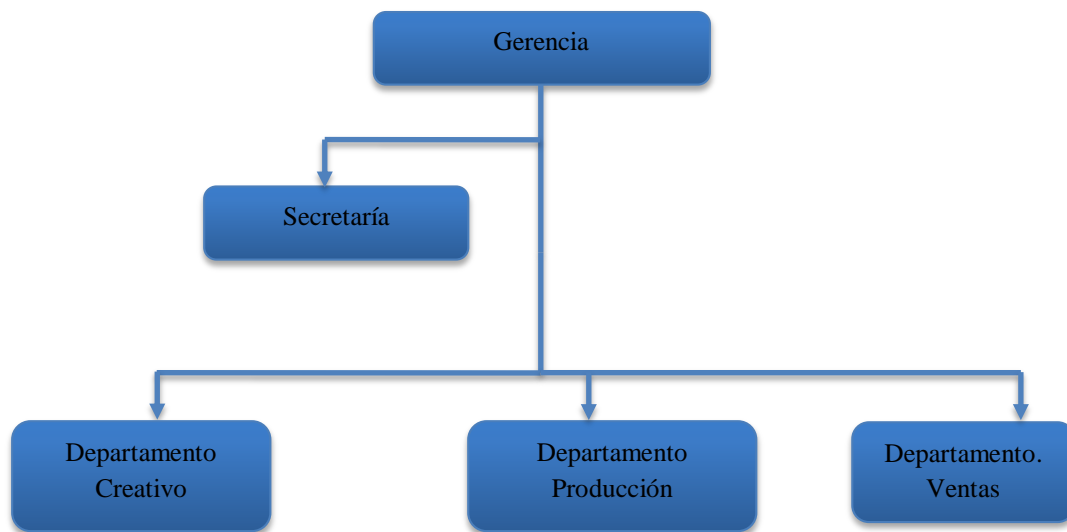
2.1.3 Visión

Convertir a nuestra empresa para el año 2025 en líder en calidad y servicio a nivel regional, desarrollando y manteniendo el más alto estándar de prácticas profesionales en la industria del diseño y publicidad para así poder cumplir con los parámetros establecidos.

2.1.4 Organización interna

Bectro Diseño Publicidad & Medios está estructurada por el gerente general, responsable y dueño de la empresa, y por los siguientes departamentos:

Gráfico 1: Organigrama de la empresa “BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS”



Fuente: Empresa Bectro Diseño Publicidad & Medios
Elaborado por: Roberto Barona I.

Gerente: El gerente propietario en esta empresa asegura el funcionamiento óptimo de todas las áreas, además provee al personal de todo lo necesario para desarrollar sus funciones. Es aquel quien supervisa cotizaciones, compras y pagos a proveedores, además está encargado de talento humano.

Secretaria: Coordina y supervisa las actividades del personal que conforma la empresa, vigila el adecuado cumplimiento de los criterios emitidos por el gerente que permiten la coordinación con el resto de la organización, lleva un registro y control de los asuntos y actividades relevantes. Informa de manera periódica al gerente sobre los avances en el cumplimiento de los programas.

Departamento creativo: Crea el mensaje de la campaña, traduciendo lo que se quiere transmitir al público en palabras, imágenes, colores, música y sonidos, adaptados a cada medio de comunicación elegido.

Departamento de ventas: Planea, ejecuta y controla la difusión de la campaña, realiza publicidad, promoción, da seguimiento y control continuo a las actividades de venta.

Departamento de producción: Controla todo el material con el cual se va a trabajar, para la producción de cada artículo publicitario, programa, distribuye y ejecuta el tiempo que lleva en la elaboración del trabajo para satisfacer al cliente.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 La ética

Según (Quiñones & Vega, 2011), la palabra ética se deriva del griego Ethos, que se refiere al comportamiento, desempeño habitual o estable de las personas. Son las condiciones de convivencia social buena o mala, aceptable o inaceptable de personas que son autónomas y responsables, se ha empleado para designar varias cosas; las dos últimas designaciones han sido: “modo de ser de un individuo” y “costumbres obligatorias”. De acuerdo con estos dos sentidos, la ética se puede definir como:

- La ciencia que estudia las costumbres obligatorias.
- La ciencia que estudia el modo de ser de los seres humanos.

Existen otras definiciones que prescinden de la etimología, por ejemplo:

- La ética es la ciencia que estudia la bondad y la maldad en la conducta humana.
- La ética es la ciencia que estudia los valores morales.
- La ética es la ciencia que estudia los actos humanos, dirigidos a un fin último.

Naturaleza de la ética (Calderón, 2004)

La ética se caracteriza porque:

- Es una disciplina filosófica puesto que su objeto de estudio lo forman los problemas fundamentales de la moral.
- Es axiológica, porque todos los problemas que aborda giran entorno de un valor: la bondad y moral.

- Es normativa, pues aun cuando no elabora normas, las conclusiones de lo que investigan si pueden usarse como criterios y fundamentos para que otras disciplinas (como la moral) formulen sus normas.

2.2.1.1 Génesis de la ética empresarial

Según Martínez (2005), El origen de la preocupación por la ética empresarial radica en la demanda social ante las actuaciones de las empresas que se consideran inmorales. Por lo cual, sus reflexiones se han orientado más a evitar que se repitieran esos hechos escandalosos, promoviendo directamente una comprensión de su práctica en la organización empresarial.

La ética empresarial no se puede tratar exclusivamente en términos individuales, puesto que es, ante todo, una ética de las organizaciones en la que la dimensión colectiva va más allá de la voluntad individual, es un puente hacia el futuro de la empresa vivida como una cultura donde todos los miembros de la misma, encuentran un sentido a su vida. “Una ética empresarial es un puente entre el hombre y la empresa del futuro”. (Herrera, 2005)

2.2.1.2 Importancia de la Ética

Para Gilli, (2011) la importancia de la ética en las empresas, se basa en antecedentes como la corrupción, especulación financiera, inmobiliaria, filtros de información importante, falta de veracidad de la publicidad, entre otros, esto ha concienciado a la sociedad sobre la importancia que las empresas actúen con principios y valores éticos.

La ética construye un clima de confianza que permite una mayor comunicación dentro y fuera de la organización, puesto que los clientes externos, internos y la sociedad en general, demandan a las empresas un comportamiento con responsabilidad, transparencia, siendo honestas en su comportamiento y que estén comprometidas con el desarrollo de su entorno, es así que las empresas reconocen cada vez más la importancia de incorporar prácticas éticas, como elemento en la toma de decisiones y en la mejora del prestigio de su imagen.

Ventajas de la ética en la empresa

La aplicación de la ética en las empresas proporciona varias ventajas como son:

- Mejora la imagen empresarial
- Genera cohesión cultural
- Evita casos de corrupción
- Incrementa la motivación para el trabajo, por lo tanto, la satisfacción del trabajador y del cliente.

2.2.1.3 Ética y Moral

Martínez, (2005) manifiesta que el término moral se refiere a un conjunto de principios, valores, patrones de conducta y prohibiciones que conforman un sistema propio de un colectivo humano concreto en un determinado momento histórico.

Por ello refleja una determinada forma de vida de la mayoría de los miembros de una sociedad, la moral, como un determinado modelo ideal de buena conducta socialmente establecido.

El término moral se utiliza también para hacer referencia al código de conducta, que guía los actos de una persona concreta a lo largo de su vida. Se trata de las convicciones y pautas de conducta que sirven de base para los juicios morales que cada cual hace sobre sí mismo y sobre los demás.

Las teorías éticas pretenden dar razón del hecho de la moralidad, es decir, que los seres humanos se rigen por códigos morales, es un saber normativo que busca orientar de forma indirecta las acciones de los seres humanos. La ética no tiene por qué tener una incidencia inmediata en la vida cotidiana, puesto que su objetivo es de esclarecer reflexivamente el campo de lo moral.

Con frecuencia se utiliza la palabra ética como sinónimo de lo que hemos denominado la moral, es un conjunto de valores que orientan al individuo a vivir con calidad humana. (Herrera, 2005)

Tabla 1: Semejanzas y diferencias entre ética y la moral

Moral	Ética
Conjunto de normas establecidas en el seno de una sociedad.	Surge con el objetivo de reflexionar acerca de los criterios valorativos y de la moral.
Normas que actúan en la conducta desde el exterior.	Influye en la conducta de una persona pero desde su misma conciencia y voluntad.
Impera el aspecto prescriptivo, legal obligatorio, impositivo, coercitivo y punitivo.	Es el valor descubierto por la persona producto de su reflexión y elección.

Fuente: (Munch, 2009)

Elaborado por: Roberto Barona I.

2.2.1.4 Sentido de la ética

Según Gómez, (2013) tiene que ver con los valores, la conducta, lo normativo y fáctico que rige al hombre. Dentro de una ardua investigación adujo que en la actualidad los valores no son transmitidos de generación en generación. Se trata de responder de manera confiable con la sociedad y con las personas que creen que la esencia del comportamiento ético son los buenos valores, haciendo las cosas rectas en cualquier circunstancia.

El comportamiento ético debe apegarse a los siguientes valores:

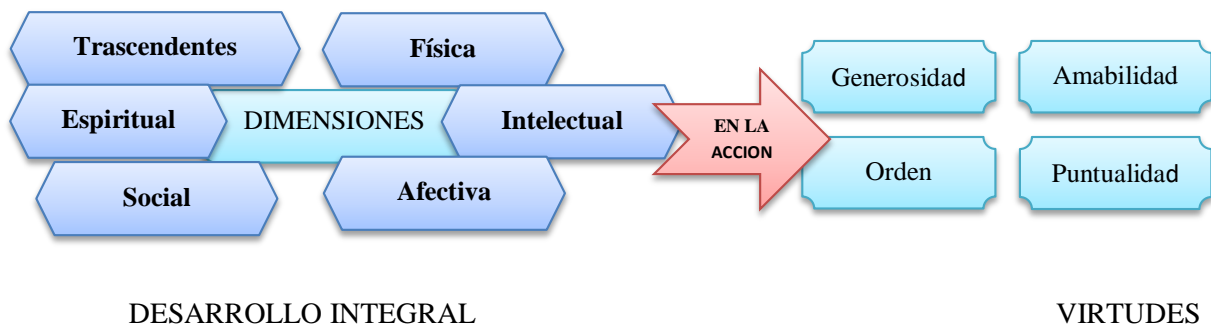
- Económicos
- Biológicos
- Éticos o Morales
- Religiosos

Los valores éticos, se refieren a la conducta humana que está radicada en la libertad de comportarse de un modo o de otro. Lo ético se presenta así como una ordenación de las acciones humanas, ordenación que está centrada en dos conceptos: lo bueno y lo malo, a su vez, tienen muchos sentidos, pero se reconoce fácilmente su sentido moral.

2.2.2 Valores

Antes de iniciar el desarrollo del concepto de los valores y la clasificación de los mismos, es preciso reconocer que el ser humano es integral, busca el desarrollo armónico y el equilibrio en los aspectos espirituales, intelectuales, éticos, físicos y sociales; sin ello le es imposible asumir los retos impuestos sin poder desarrollarse hacia las virtudes. (Quiñones & Vega, 2011)

Gráfico 2: Relación entre el desarrollo integral del ser humano y la proyección de las virtudes



Fuente: Quiñones & Vega, (2011)
Elaborado por: Roberto Barona I.

Todos los seres humanos tienen o han tenido experiencias sobre los valores o los principios que mueven la actuación. Es así que existen diversos significados para la palabra valor, pero al hablar del valor de una persona estamos hablando de su dignidad y de su conducta moral. En este caso, valor sería la cualidad o cualidades que hacen que una persona sea apreciada o estimada. (Quiñones & Vega, 2011)

Los individuos cuando analizamos los hechos, contemplamos el mundo a través de ciertos valores, los que nos sirven de guía en nuestras acciones, y marcan los ideales que condicionan nuestras vidas: El valor de la paz, la austeridad, la honestidad, la justicia, la tolerancia, la solidaridad, son aspiraciones o deseos de las personas. (Clavero, 2004)

2.2.2.1 Valores sociales

Según (Quiñones & Vega, 2011) aducen que los valores sociales son aquella relación que el individuo tiene con el mundo y estos son:

Tabla 2: Valores sociales

VALORES SOCIALES
Respeto
Justicia
Paz
Solidaridad
Democracia
Integridad
Coherencia
Honestidad
Lealtad
Esfuerzo
Compromiso
Bondad
Humildad

Fuente: Quiñones & Vega, (2011)
Elaborado por: Roberto Barona I.

2.2.2.2 Valores productivos o empresariales

Según (Quiñones & Vega, 2011) son valores que están inmersos con el individuo y la relación que el mismo tiene con su actividad profesional, es así que se pueden citar los siguientes:

Tabla 3: Valores productivos o empresariales

VALORES SOCIALES
Excelencia
Equidad
Fortaleza
Tenacidad
Paciencia
Congruencia
Disciplina
Servicio

Agradecimiento
Dignidad
Generosidad
Libertad
Perseverancia
Responsabilidad
Prudencia
Tolerancia

Fuente: Quiñones & Vega, (2011)
Elaborado por: Roberto Barona I.

Los valores, son la base de la construcción de la cultura, cuyo propósito es fomentar la ética en las empresas, llegando así a la transformación cultural y social.

Se puede analizar, que los valores descritos en la tabla N°3 son una herramienta básica para la ética tanto personal como empresarial, ya que forman un cimiento de toda la construcción humana, social y empresarial, los cuales tienen que ver con cada individuo y la relación que ellos tienen con los demás.

2.2.3 Código de ética

Según lo menciona Navarro (2012), El código de ética empresarial, ocupa un lugar propio en la opinión pública empresarial, ya que al hablar del código de ética, nos referimos a respetar las normas contenidas en los reglamentos establecidos dentro de la empresa. Este código debe ser observado por todos los funcionarios, en todos sus niveles jerárquicos.

Los códigos de ética, permiten a las empresas implementar fundamentos morales y éticos de carácter universal, dentro de la vida diaria de la organización, son mecanismos para desarrollar y explicitar los valores reguladores, criterios y normas empresariales, las cuales tienen su origen desde los códigos profesionales y se caracterizan por esclarecer el servicio que cada profesión presta. Es un documento que permite a la empresa contar con lineamientos claros que establecen pautas de conducta, que deben respetarse por todos sus funcionarios.

Gráfico 3: Códigos de ética



Fuente: Miguel David Rojas López (2012)
Elaborado por: Roberto Barona I.

2.2.3.1 Importancia de los códigos de ética

Según Carvajal (2009), los códigos deben explicar los bienes, los valores que permiten alcanzarlos y expresar valores y derechos compartidos con los compañeros de la organización y exigir la humanización.

Montuschi (2006), supone que los códigos articulan los valores corporativos con las responsabilidades, obligaciones y objetos éticos de una empresa y de sus integrantes, en particular, deberían establecer el mínimo moral al cual se tendría que ajustar el comportamiento de los directivos y trabajadores de la empresa, en medios culturales y sociales.

Los códigos de ética son un instrumento de gestión empresarial, convirtiéndose en una herramienta gerencial, que brinde la posibilidad de formar y desarrollar sistemas de valores organizacionales. Esto le permitirá a las empresas generar prácticas y comportamientos éticos entre las personas que la integren y con relación a los grupos de

interés que interactúan con ellas, tales como clientes, proveedores, competidores, instituciones sociales, políticas y administrativas, con lo cual facilitara el crecimiento del bien común para el desarrollo de la sociedad. (Campos, 2007)

2.2.3.2 Clases de códigos de ética

Existen tres tipos de instrumentos o códigos en función a una misma utilidad (Montuschi, 2006)

– **Códigos de ética:**

Contienen enunciados de valores y principios referidos al propósito de la corporación, a sus obligaciones y responsabilidades hacia los stakeholders y las normas que deberán conformar el comportamiento de sus integrantes. También se les suele identificar como “códigos basados en valores”.

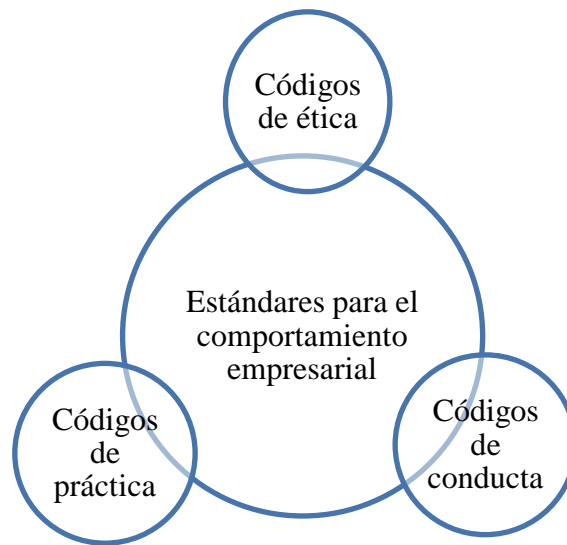
– **Códigos de prácticas:**

Deben enumerar, interpretar e ilustrar las normas que deben guiar la toma de decisiones en diferentes instancias y las acciones concretas de los integrantes de la empresa que conformen los principios y valores enunciados en el código de ética.

– **Códigos de conducta:**

Constituyen enunciados de reglas expresadas de forma afirmativa o negativa acerca de aquello que pueden o no hacer los integrantes de la empresa. Pueden fijar penalidades por incumplimiento y fijar los procedimientos para hacer cumplir las normas y apelar en caso de desacuerdo o conflicto de interés. Se ha dicho que están diseñados para proteger la organización de las acciones de sus empleados.

Gráfico 4: Clases de códigos de ética



Fuente: Miguel David Rojas López (2012)

Elaborado por: Roberto Barona I.

2.2.3.3 Funciones de un código de ética empresarial

Según el manual (Deres, 2001) afirma que un código de ética es un instrumento para agrupar o agregar una cantidad de valores, principios y normas éticas que la empresa ha hecho propios.

Un código de ética es un texto escrito que tiene las siguientes funciones:

Identificativa

Permite dar identidad y rol social a una función o trabajo, mediante la uniformidad de su conducta ética.

Declarativa e informativa

Identifica cual es la filosofía ética que configura la teoría empresarial y el abanico de valores éticos asumidos por la empresa como propio y comunica a la sociedad cuales

son los criterios y fundamentos éticos, sobre los cuales está basada la ética de la empresa.

Discriminativa

Diferencia los actos lícitos de los ilícitos, los que están de acuerdo o en desacuerdo de la ética que tiene la empresa.

Metodológica y procedimental

Establece la dirección adecuada para lograr la solución de los conflictos o de los dilemas éticos que se pueden presentar en la empresa, sin tener que caer en conductas reprobables. Puede prever los mecanismos de evaluación de las conductas y quienes pueden aplicar el sistema de sanciones.

Coercitiva

Es el sistema de sanciones que tiene la organización, y deberá formular los parámetros justos para la aplicación o por lo contrario las recompensas por una buena conducta.

Protectiva

Tiene como objetivo proteger al individuo de amenazas que la sociedad pueda ejercer sobre ella, y cuidar la reputación o imagen de la empresa

Tabla 4: Funciones del código de ética

Funciones internas	Funciones externas
<ul style="list-style-type: none">• Son aquellas que identifican la práctica de las organizaciones en lo que a valores se refiere y en este sentido expresa la cultura de la organización.• Permite la autorregulación.• Permite cumplir con la conducta, ideales y aspiraciones compartidas que definen a	<ul style="list-style-type: none">• Recogen y expresan aquello que la sociedad espera de ella, en que cuestiones asume compromisos y por qué se puede confiar en ellas.• Sirven de termómetro social para detectar los ámbitos de mayor demanda, que la sociedad reclama de la empresa.

<p>una empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tienen una función orientadora y sirven de referencia para todos los grupos de interés implicados en la actividad de la empresa. • Facilitan el reconocimiento de problemas de carácter ético que se pueden presentar en la empresa. • Son un vehículo de socialización y concesión de todos los grupos de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Delimitan las expectativas que pueden tener de la organización.
--	---

Fuente: Lozano, J. *Ética y Empresa* (2014)

Elaborado por: Roberto Barona I.

En la tabla N°4, podemos observar sobre las funciones básicas del código de ética, estableciendo principios, valores, objetivos y políticas, contemplando las relaciones que tiene la empresa con cada uno de los grupos de interés. (Lozano J. , 2014).

2.2.3.4 Beneficios de un código de ética

Según lo menciona Lozano (2014), un código de ética empresarial es muy importante ya que son conjuntos de reglas o lineamientos morales, que definen principios y acciones en un ambiente empresarial, por que implícitamente brindan a nuestros clientes una adecuada imagen empresarial proporcionándonos los siguientes beneficios.

Beneficios internos

- Indica las pautas de conducta y los criterios por los cuales se regirán todos los colaboradores de la organización.
- Enmarca la situación de los empleados y orienta al empresario a actuar con imparcialidad.
- Motiva a los empleados.
- Genera lealtad y cooperación de los empleados hacia la organización.
- Mejora la rentabilidad y reduce los costos funcionales.
- Protege de los intereses económicos.

Beneficios externos

- Previene los conflictos.
- Mejora la confianza de los inversionistas.
- Mejora la imagen empresarial.
- Atrae a personas altamente calificadas ante la sociedad.
- Entrega un mensaje al público interesado.
- Desincentiva la corrupción en las compañías competidoras.

2.2.3.5 Estructura de un código de ética

Se puede decir que hay diferentes autores que promueven las formas de estructurar un código ético de una entidad.

Según Frances P. (2003), la estructura de un código ético organizacional consta de:

Alta dirección

Deberá asumir el liderazgo con compromiso ético, social y organizacional, de manera que la dirección ha de ser un ejemplo, y tratará de combinar las actitudes que pueden conducir a la empresa con un perfil de responsabilidad, conciencia moral, buena conducta y prácticas de sus miembros. Es importante que la dirección promueva el dialogo entre implicados en una empresa, para fortalecer el perfil ético.

Empleo y relaciones entre miembros de la organización

Cuando hablamos de responsabilidades internas en una empresa, automáticamente pensamos que la responsabilidad es de los empleados. Lo esencial es que la dirección represente a la empresa y a los trabajadores, que son parte del equipo de trabajo. La relación es predominante y conflictiva, porque los intereses de la empresa y empleados son contrapuestos, debiendo prestar atención a las relaciones entre empleados y sus responsabilidades en la empresa.

Relaciones con proveedores

Cuando se trata de una relación entre clientes externos, debe existir la justicia, igualdad de trato, hacia el cumplimiento legal y confianza. En las relaciones externas, el principio de la responsabilidad está ligado a la autonomía de las organizaciones y los individuos, se ha comprobado que las relaciones externas dan lugar a problemas grandes que suelen plantear a la ética organizacional.

La relación con los proveedores es muy importante porque da lugar a grandes cuestiones que los códigos corporativos no deberían descuidar, también la responsabilidad de los encargados de compras hacia la organización, y la responsabilidad de la empresa ante sus proveedores.

Relaciones con clientes y consumidores

Se deberá dar protección, cumplimientos a las normas sectoriales de publicidad y marketing, valores básicos que son indispensables para la sociedad.

Según el manual (Deres, 2001) un código de conducta informar a los involucrados para que las normas éticas se consideren validas en su entorno, a continuación los patrones de moralidad son:

- Forma de ejercer o de distribuir el poder.
- Metas y propósitos de máxima importancia que se quieren alcanzar en la organización.
- Criterios y perfiles de selección del personal considerado, deseado o ideal.
- Para exigir y distribuir los esfuerzos, las cargas o recompensas en los diversos estratos laborales.
- Establecer las sanciones por faltas cometidas y los premios por logros alcanzados.
- Patrones para valorar y respetar los acuerdos internos y las leyes externas.
- Valorar y respetar la dignidad de las personas.
- Contribuir al bien común de la sociedad.

Gráfico 5: Estructura de un código ético



Fuente: DERES. Manual para elaboración de códigos de ética (2001)
Elaborado por: Roberto Barona I.

Relaciones de poder y de respeto Intra Empresarial

Uno de los desafíos a cumplir en una organización, es obtener un agradable ambiente de trabajo, siendo necesario, la adecuada organización, excelentes relaciones personales, bienestar familiar y social con los empleados, salud emocional, buena comunicación y valorar el trabajo en equipo con el fin de alcanzar los objetivos planteados por la empresa.

Relación con clientes y proveedores. Marketing responsable

Los clientes y proveedores son un gran aporte para la empresa, por lo tanto los valores que guían la conducta ética de la organización permiten enmarcar una relación exitosa y consolidada.

Relación con la sociedad, grupos sociales particulares, comunidades específicas

La relación entre la empresa y sociedad, debe planificar y ejecutar acciones que aumenten los efectos positivos y minimicen los negativos en la comunidad. De esta manera impulsar proyectos con una visión, para que contribuyan a mejorar la calidad de vida de las personas, satisfaciendo sus necesidades.

Cumplimiento de las leyes y relación con instituciones estatales

La relación entre empresa y gobierno son trascendentes, las políticas establecidas por el gobierno en ocasiones afectan a los intereses de la empresa, es mejor vincularse a su actividad y participar en la solución de problemas sociales, por eso estas relaciones están llamadas a fomentar a las prácticas éticas del gobierno.

Medio ambiente

Cada una de las empresas en el transcurso de sus actividades, se desarrollan en un medio ambiente, compartiéndolo con la comunidad, por lo cual, las empresas tienen una obligación ética y moral de conservarlo en el mejor estado posible, minimizando al máximo el impacto, es decir hacer uso responsable de los recursos naturales, manejando conscientemente los desechos, la vida útil de los productos y controlando la contaminación. (Deres, 2001)

2.2.3.6 Elaboración de un código de ética

García (2005), menciona que, “Un código de ética es una pauta de principios y valores que deben orientar el quehacer diario de una organización.” Guía a los responsables que toman las decisiones y al resto del personal en su conducta, para asegurar la consistencia e integridad de la organización.

Para su elaboración es necesaria la participación de todos los integrantes de la empresa.

Los elementos que usualmente contiene un código, están referidos a los siguientes aspectos:

- Principios de conducta esperados
- Obediencia a la ley
- Trato a los empleados
- Relaciones con los clientes
- Compromiso con la comunidad
- Innovación
- Competencia
- Medio ambiente
- Actividades publicas
- Confidencialidad

Cada organización es un universo particular que requiere tener un código adecuado a sus circunstancias y especificidades. Para desarrollar sus contenidos, se necesita tener un diagnóstico de los principales riesgos y problemas afectan el desenvolvimiento de la organización.

El diagnóstico de riesgos éticos, la propuesta de políticas y valores sugeridos, se pueden realizar por medio de entrevistas a colaboradores ubicados en las diferentes áreas y niveles jerárquicos. Identificados y sistematizados los riesgos, se pueden presentar descripciones y conclusiones en reuniones con los colaboradores de la entidad, ello permitirá los ajustes del caso para su aprobación por parte de la instancia de mayor jerarquía dentro de la organización”. (Empresarios Modelo, 2016)

El código ético rige para toda la organización. Es de gran importancia la participación de cada uno de los miembros de la empresa, sin dar importancia a su nivel jerárquico.

2.2.3.7 Pasos para implementar un código de ética en las empresas

Según Ibarra (2005), para la implementación de un código de ética dentro de la empresa Sugiere los siguientes pasos:

Liderazgo

El gerente es la persona responsable de la empresa y aquel que tiene autoridad y debe saber liderar a los miembros de la misma. El principal factor y a su vez el más importante es implementar una cultura ética en la organización, obtendrá interés de la alta dirección, puesto que sin el apoyo por parte de los miembros, cualquier intento resultaría vano.

Selección, contratación y promoción de personal.

Tener una cultura ética en la empresa obliga a realizar un seguimiento de las prácticas habituales de talento humano, es necesario que todos los programas estén alineados con esfuerzo en el actuar ético. Al ser contratado el personal, promover y considerar la capacidad de los actores para vivir una cultura ética en su vida empresarial.

Redacción y promulgación de un código ético

La publicación de un código ético suele ser un signo visible para la cultura ética de la empresa, en este proceso lo primero es que todos los colaboradores participen en los documentos de borrador antes de su lanzamiento.

Comunicación

Una vez que se tenga un código de ética aprobado por la dirección de la empresa, comenzara la etapa de difusión a todo el personal involucrado, los mismos que resultan ser de total importancia.

Se recomienda basarse en casos prácticos que se presentan en la empresa, para que el código de ética se entienda como una herramienta útil, y no una simple sucesión de enunciados, además debe existir información permanente hacia los colaboradores.

Entrenamiento permanente

Una actitud ética implica no solo conocer los límites que marca un código de ética, sino exige conocer las razones por las que conviene y deben darse este tipo de comportamientos en las empresas, es fundamental que en las organizaciones los principios éticos estén aplicados.

La capacitación es importante ya que la gente olvida los temas éticos relevantes, los cambios en la ley y en la tecnología, la empresa está pensando permanentemente en la ética que es importante para su desarrollo y prestigio.

Refuerzo de actitudes éticas

El contagio es un medio de aprendizaje, que debería privilegiarse difundiendo ampliamente en diversos foros de la empresa, los ejemplos a seguir son los comportamientos positivos que son dignos de emularse, y los negativos que han sido sancionados respectivamente. La socialización es un método de extender el conocimiento y de concretar aprendizajes significativos, los comportamientos del personal en la empresa es parte de la cultura organizacional. (Ibarra, 2005).

2.2.4 Concepto de cultura organizacional

Es un conjunto de creencias, acciones, experiencias, hábitos y valores compartidos que se desarrollan dentro de una empresa, estos valores tienden a perdurar a lo largo del tiempo, siendo el adhesivo social que mantiene unidos a los miembros de la organización. (Schermerhorn, Hunt, & Osborn, 2004).

2.2.4.1 Tipos de Cultura Organizacional

Culturas Constructivas: los miembros son animados a interactuar con el cliente externo y con las tareas de enfoque, de manera que ayuden a cumplir las necesidades y objetivos de la empresa. Las organizaciones son culturas constructivas, promueven el

trabajo a su máxima potencialidad, lo que resulta en altos niveles de motivación, satisfacción, trabajo en equipo y calidad del servicio.

Culturas Pasivas: los miembros creen que deben interactuar, con el cliente de manera que no ponga en peligro su propia seguridad. En organizaciones pasivas los miembros se esmeran en complacer a los demás y evitar conflictos interpersonales. Normas, procedimientos y órdenes son más importantes que sus creencias personales, ideas y juicio.

Culturas Agresivas: donde se espera que los miembros cumplan con las tareas de manera enérgica para proteger su estatus y seguridad. Las organizaciones agresivas requieren que sus miembros parezcan competentes, estas empresas hacen hincapié en encontrar errores y eliminarlos, alentando a los miembros a competir entre sí. (González, 2016)

2.2.4.2 Características de la cultura organizacional

Según Bretones (2009), las características principales de la cultura organizacional son:

Identidad de sus miembros: es el grado en que los trabajadores se identifican con la organización como un todo y no solo con su tipo de trabajo.

Énfasis en el grupo: las actividades de trabajo se organizan en relación a grupos y no ha personas.

Enfoque hacia las personas: las decisiones de la administración toman en consideración las repercusiones que los resultados tendrán en los miembros de la organización.

La integración de unidades: se instruye a las unidades de la empresa, a que trabajen de una manera coordinada e independiente.

El control: establece el uso de reglas, procesos y supervisión para el control de la conducta de los miembros.

Tolerancia al riesgo: es el grado que se le permite a los empleados para que sean innovadores y arriesgados.

2.2.4.3 Importancia de la cultura organizacional

Para González (2016), la cultura organizacional es la médula de la empresa, que está presente en todas las funciones y acciones que realizan todos sus colaboradores. La cultura determina la forma como funciona una organización, esta se refleja en las estructuras, estrategias y sistemas que tiene la misma. Es de gran importancia porque nos ayuda a detectar problemas en la empresa y ofrecer posibles soluciones.

Es el valor fundamental que los empleados aprecian, generando un impacto en la moral, satisfacción y productividad en la organización, es importante mantener una cultura organizativa debido a que permite detectar problemas en los grupos de trabajo, o formar equipos con una ideología positiva y clara para el buen funcionamiento de la empresa.

2.2.4.4 Cuatro funciones de la cultura de la organización

1.- Proporciona a sus miembros una identidad organizativa: Esto es, compartir normas, valores y percepciones, proporciona a las personas un sentido de unidad que promueve un sentimiento de objetivo común.

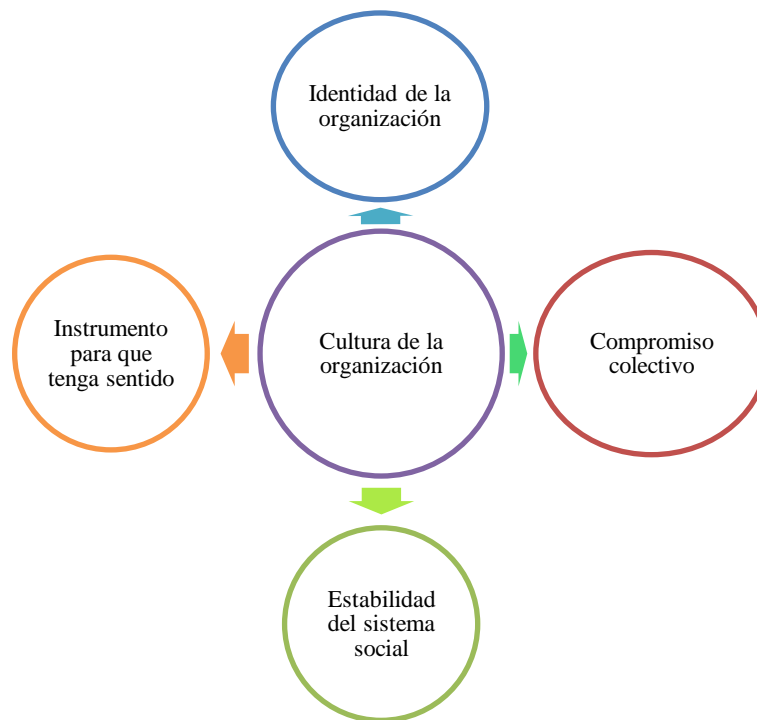
2.- Facilita el compromiso colectivo: El objetivo común que surge de la cultura compartida tiende a suscitar sentimientos de compromiso entre aquellos que aceptan tal cultura como propia.

3.- Fomenta la estabilidad del sistema social: Al alimentar un sentimiento compartido de identidad y compromiso, la cultura fomenta una integración duradera la cooperación entre los miembros de una organización.

4.- Configura la conducta al ayudar a los miembros a entender su medio ambiente: la cultura de una organización sirve como fuente de significados compartidos que explican por qué las cosas suceden de un modo u otro. Al cumplir estas cuatro funciones básicas la cultura de la organización puede funcionar como una especie de

aglutinante social que ayuda a reforzar unos comportamientos coordinados y persistentes en el trabajo. Como se lo describe en el grafico N° 6. (Wagner & Hollenbeck, 2004)

Gráfico 6: Funciones de la cultura de la organización



Fuente: (Wagner & Hollenbeck, 2004)

2.2.5 Fundamentación legal

2.2.5.1 Código de ética para el buen vivir de la función ejecutiva

Antecedentes

Los antecedentes que se han tomado en cuenta como parte fundamental para el presente trabajo de investigación, tienen relación con el código de ética del Buen Vivir, para esto hacemos referencia a lo que aduce la Función ejecutiva (2012).

La constitución de la República del Ecuador y el Plan Nacional para el Buen Vivir establecen una cultura de transparencia y de recuperación de principios y valores como

parte esencial de la revolución ética, que implica desterrar prácticas y relaciones de corrupción, integrar sistemas de prevención de la misma, incorporar la participación ciudadana en procesos de contraloría social, toma de decisiones y gestión de asuntos públicos, así como afianzar y revitalizar principios y valores éticos y sociales en las tendencias políticas, económicas, tecnológicas, ambientales y sociales del servicio público en el país.

Dentro de estos procesos, la Secretaría Nacional de Transparencia de gestión en conjunto con ciento cuarenta entidades de la Función Ejecutiva, llevó a cabo la construcción participativa del Código de Ética para el Buen Vivir. Este documento recoge principios, valores, responsabilidades y compromisos orientadores de los compartimientos, actitudes y prácticas de los o las servidores o servidoras y trabajadores o trabajadoras públicas. Las entidades contarán con un comité de ética que vele por la aplicación del Código de Ética para el Buen Vivir, el cual debe ser complementado con una serie de acciones de orden organizativo, de difusión y de vivencia participativa.

Haciendo un análisis de este documento el gobierno nacional a través de la Secretaria Nacional de Transparencia de Gestión (SNTG) se comprende que el código de ética constituye un conjunto de valores y principios para así tratar de dirigir el buen obrar de los funcionarios dentro y fuera de la institución donde laboran, fortaleciendo en ellos la ética, la eficiencia y la transparencia llegando así al mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad.

La Constitución de la República del Ecuador (2008), en el numeral 4 de su artículo 3, establece como deber primordial del Estado “Garantizar la ética laica como sustento del quehacer público y del ordenamiento jurídico”

El presente cuerpo legal, en su artículo 83, numerales 8,11,12 y 17, respectivamente, establece como deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos “Administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público, denunciar y combatir los actos de corrupción”, “Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad de acuerdo con la ley”, “Ejercer la profesión u oficio

con sujeción a la ética”, “Participar en la vida política cívica y comunitaria del país de manera honesta y transparente”.

La Constitución de la República de Ecuador establece en su artículo 227 que la Administración Pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración y descentralización.

El Plan Nacional de Transparencia y lucha contra la corrupción manifiesta en su objetivo 1: “Contar con una administración pública ética, transparente y eficiente”.

“El Código de Ética será expedido por la Secretaría Nacional de Transparencia de Gestión”; artículo 27.1 literal a): “Las instituciones públicas de la Función Ejecutiva, obligatoriamente, socializarán y aplicarán el Código de Ética para el Buen Vivir”.

Para fomentar la calidad, calidez, responsabilidad, solidaridad y el compromiso entre las y los servidores de la Función Ejecutiva, es necesario expedir un Código de Ética que determine los principios y los valores que rigen en el servicio Público para el efectivo desarrollo profesional y personal de sus servidores, promoviendo el desarrollo institucional.

2.2.5.2 Principios y Valores Éticos Generales

Según el Código de Ética para el Buen Vivir de la Función Ejecutiva (2012). Los servidores y trabajadores públicos desempeñarán sus competencias, funciones, atribuciones y actividades sobre las bases de los siguientes principios y valores:

Integridad

Proceder y actuar con coherencia entre lo que se piensa, siente, dice y hace, cultivando la honestidad y el respeto a la verdad.

Transparencia

Acción que permite que las personas y las organizaciones se comprometan de forma clara, precisa y veraz, a fin de que la ciudadanía ejerza sus derechos y obligaciones, principalmente la contraloría social.

Calidéz

Formas de expresión y comportamiento de amabilidad, cordialidad, solidaridad y cortesía en la atención y el servicio hacia los demás, respetando sus diferencias y aceptando su diversidad.

Solidaridad

Acto de interesarse y responder a las necesidades de los demás.

Colaboración

Actitud de cooperación que permite juntar esfuerzos, conocimientos y experiencias para alcanzar los objetivos comunes.

Efectividad

Lograr resultados con calidad a partir del cumplimiento eficiente y eficaz de los objetivos y metas propuestas en su ámbito laboral.

Respeto

Reconocimiento y consideración a cada persona como ser único, con intereses y necesidades particulares.

Responsabilidad

Cumplimiento de las tareas encomendadas de manera oportuna en el tiempo establecido, con empeño y afán, mediante la toma de decisiones de manera consciente, garantizando el bien común y sujetas a los procesos institucionales.

Lealtad

Confianza y defensa a los valores, principios y objetivos de la entidad, garantizando los derechos individuales y colectivos. (Código de Ética para el Buen Vivir de la Función Ejecutiva, 2012)

2.2.5.3 Código de trabajo del Ecuador

Código de trabajo del Ecuador (2012). En el capítulo IV Art. 42 numeral 13, tratar a los trabajadores con la debida consideración no infiriéndoles maltrato de palabras y de obra.

Capítulo IV Art. 45 literal d): Observar buena conducta durante el trabajo.

Capítulo IV Art. 45 literal h): Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración, concurra directa o indirectamente, o que tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta.

Capítulo IV Art. 46 literal b): Tomar de la fábrica, taller, empresa o establecimiento, sin permiso del empleador, útiles de trabajo, materia prima o artículos elaborados.

Capítulo IV Art. 46 literal c): Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes.

Capítulo IV Art. 46 literal f): Usar útiles y herramientas suministrados por el empleador en objetos distintos del trabajo a que están destinados.

Capítulo IV Art. 46 literal g): Hacer competencia al empleador en la elaboración o fabricación de los artículos de la empresa.

Capítulo IV Art. 46 literal i): Abandonar el trabajo sin causa legal.

2.2.6 MARCO CONCEPTUAL

Actitud.- modo de ser y de comportarse. Es la postura corporal que expresa un estado de ánimo o disposición para realizar una cosa. (Gran Diccionario de la Lengua Española, 2012)

Antropología.- Es la Ciencia que estudia comparativamente el hombre y sus variedades raciales y culturales desde sus orígenes hasta nuestros días y según su distribución en el espacio. (Szekely, 2011)

Axiológica.- Es una rama de la filosofía que estudia los valores morales. La axiología se aplica también en otros ámbitos como el derecho y la pedagogía en el que aparecen términos axiológicos. En ocasiones se utiliza los términos filosofía de los valores y teoría de los valores. (Diccionario Enciclopédico Larousse Ilustardo, 2011)

Buen vivir.- Es un principio constitucional basado en el Sumak Kawsay, es un concepto de la filosofía política contemporánea que toma su nombre un antiguo término amerindio andino, se inspira en él y lo interpreta en términos contemporáneos. Es la satisfacción de las necesidades. (Cordero Cueva, 2011)

Calidad.- Manera de ser de una cosa; Condición o requisito que se pone en un contrato. Estado que se requiere en una persona para un cargo o dignidad. En sentido absoluto, superioridad o excelencia. (Espasa Ilustrado, 2011)

Coercitivo.- Que coerce. Refrenar, reprimir, sujetar, restringir, limitar, obligar. (Larousse Ilustrado, 2015)

Coherente.- Del latín cohaerentia, es la cohesión o relación entre una cosa y otra. El concepto se utiliza para nombrar algo que resulta lógico y consecuente respecto a un antecedente. Conexión o unión de unas cosas con otras. (Diccionario de la Lengua Española , 2014)

Compromiso.- Convenio entre litigantes que nombran un árbitro, obligación, contraída, palabra dada, obligación, deber, pacto, contrato, apuro, riesgo, problema. (Gran Diccionario de la Lengua Española, 2012)

Conducta.- Relación global del sujeto frente a las diferentes situaciones. Está relacionada a la modalidad que tiene una empresa para comportarse en diversos ámbitos de su vida. Esto quiere decir que el término puede emplearse como sinónimo de comportamiento, ya que se refiere a las acciones que desarrolla un sujeto frente a los estímulos que recibe de los vínculos que establece con su entorno. (Consuegra Anaya, 2011)

Conflictiva.- Relativo a conflicto, choque, combate, apuro dificultad. (Szekely, 2011)

Constructiva.- Que construye o sirve para construir o emendar los errores o equivocaciones. (Diccionario de la Lengua Española , 2014)

Convicciones.- Convencimiento, ideas que profesan. Idea religiosa, ética o política a la que uno está fuertemente adherido. (Szekely, 2011)

Corrupción.- Acción de corromper o corromperse. Alterar o trastocar la forma de alguna cosa. Echar a perder o dañar (Diccionario Enciclopédico Larousse Ilustardo, 2011)

Credibilidad.- Es la cualidad de creíble que puede o merece ser creído. (Gran Diccionario de la Lengua Española, 2012)

Derecho.- Proviene del termino latino directum, que significa “lo que está conforme a la regla”. El derecho se inspira en postulados de justicia y constituye el orden normativo e institucional que regula la conducta humana en la sociedad. La base del derecho son las relaciones sociales, las cuales determinan su contenido y carácter. (Diccionario Enciclopédico Larousse Ilustardo, 2011)

Descentralización.- Supone transferir el poder de un gobierno central hacia autoridades que no están jerárquicamente sometidas. La relación entre entidades descentrales es siempre jerárquica, no vertical. (Diccionario Enciclopédico Larousse Ilustardo, 2011)

Difamación.- Procede del verbo latino diffamare. Es la acción y efecto de difamar, desacreditar a alguien a través de la difusión de información que resulte contraria a su reputación o buena fama. (Consuegra Anaya, 2011)

Dignidad.- Respeto de sí mismo, cargo o empleo. Gravedad y decoro de las personas en la manera de comportarse. (Larousse Ilustrado, 2015)

Equilibrio.- Estado de un cuerpo cuando las fuerzas que obren en él se compensa. Armonía, estabilización, contrapeso, medida. (Diccionario de la Lengua Española , 2014)

Ética.- Se relaciona con el estudio de la moral y de la acción humana. El concepto proviene del griego ethikos, que significa carácter. Una sentencia ética es una declaración moral que elabora afirmaciones y define lo que es bueno, malo, obligatorio, permitido, etc. En lo referente a una acción o a una decisión. (Larousse Ilustrado, 2015)

Filosofía.- La reflexión metódica que refleja la articulación del conocimiento y los límites de existencia y de los modos de ser denomina filosofía. El termino de origen griego se compone de dos vocablos: philos (amor) y sophia (pensamiento, sabiduría, conocimiento). Por lo tanto la filosofía es el amor por el conocimiento. (Diccionario Enciclopédico Larousse Ilustardo, 2011)

Hostigamiento.- Acción y efecto de hostigar. Molestar, fatigar, acosar a alguien o burlarse de él insistentemente. (Diccionario de la Lengua Española , 2014)

Ineficaz.- Incapaz, incompetente, inútil, estéril, que no es efectivo. (Consuegra Anaya, 2011)

Intuitivo.- Relativo a la intuición, Facultad de comprender las cosas instantáneamente sin necesidad de razonamiento. Percepción íntima instantánea de una idea o verdad que aparece como evidente a quien la tiene. (Larousse Ilustrado, 2015)

Jerarquía.- Gradación de personas valores o dignidades. Es un orden de elementos de acuerdo a su valor. (Diccionario Enciclopédico Larousse Ilustardo, 2011)

Moral.- Ciencia que trata del bien y de las acciones humanas en orden a su bondad o malicia. Que está de acuerdo con las costumbres y valores de una sociedad, concierne a la conciencia, alguna de ellas existen desde el principio de los tiempos. Es un término muy usado en filosofía por autores como Kant, el cual inserta en la ética que se opone a lo amoral. (Consuegra Anaya, 2011)

Norma.- Es un término que proviene del latín y significa escuadra. Es una regla que debe ser respetada y que permite ajustar ciertas conductas o actividades. (Diccionario de la Lengua Española , 2014)

Peculiaridades.- Relativo a peculiaridad. Propiedad, característica privada de una cosa o de una persona. (Larousse Ilustrado, 2015)

Principio.- Relativo a principiar. Puede tratarse de un inicio o de un estreno, fundamento, origen de una cosa. (Gran Diccionario de la Lengua Española, 2012).

Prohibiciones.- Situación de prohibir, de dar el uso o ejecución de una cosa. (Diccionario Enciclopédico Larousse Ilustardo, 2011)

Prudencia.- Se emplea como sinónimo de sensatez, medida, templanza, cautela o moderación. Se trata de la virtud que lleva a alguien a desenvolverse de modo justo y adecuado. (Diccionario de la Lengua Española , 2014)

Reglamentos.- Son un conjunto de reglas, normas que regulan un resultado o instrumento, para la ejecución de una ley. (Larousse Ilustrado, 2015)

Servidores.- Persona que sirve, nombre de una persona que se da así mismo por cortesía. (Gran Diccionario de la Lengua Española, 2012)

Sociológica.- Ciencia que estudia las condiciones de existencia y desenvolvimiento de las sociedades humanas. (Larousse Ilustrado, 2015)

Stakeholders.- Significado en español (participante), describe las relaciones de la empresa con su entorno, pero también para generar estrategias de acción para la empresa moderna. El término agrupa a trabajadores, organizaciones sociales y proveedores, entre otros factores claves que se ven afectados por las decisiones de una empresa. (García, 2012)

2.3 IDEA A DEFENDER

La propuesta del código de ética, mejorará significativamente la cultura organizacional de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua 2016.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Se utilizó el método científico, esto constituye un proyecto cualitativo, cuantitativo y factible, ya que se buscó dar soluciones orientado a la propuesta de un código de ética para la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, para desarrollar el presente trabajo se basó en la investigación documental y de campo.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Cualitativo

La propuesta de código de Ética representa las normas del comportamiento empresarial, ya que se trató con el personal involucrado y también se convivió en el ambiente laboral de la empresa, obteniendo información veraz y oportuna.

3.2.2 Cuantitativo

Dentro de esta investigación se recopiló datos dentro de los análisis de encuestas.

3.2.3 De campo

Permitió manejar los datos obtenidos de las verdaderas condiciones en que se presentó el problema antes mencionado. Además se pudo estar en contacto directo con los trabajadores que se encuentran involucrados en el problema de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”

3.2.4 Por la naturaleza del trabajo de investigación

El presente trabajo corresponde al tipo Propositivo - Critico.

3.2.4.1 Crítico

Cuestiona los lineamientos de conducta de los trabajadores dentro de la empresa.

3.2.4.2 Propositivo

Mediante la propuesta del código de ética se planteó nuevas normas de comportamiento empresarial.

3.2.5 Bibliográfica – Documental

Permitió de manera ordenada y secuencial el análisis de archivos de la empresa, contenido de libros sobre el tema en investigación, folletos, revistas, artículos cuyos conceptos y teorías fundamentan científicamente la investigación.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

En la investigación se trabajó con dos poblaciones la del personal interno y externo.

La población interna por ser pequeña se asumió trabajar con 11 colaboradores, entre personal administrativo, creativos y obreros. Abarcando así la totalidad de colaboradores dentro de la empresa, por este motivo se tomará en cuenta solo el universo ya que es muy limitado para tomar la muestra.

Con el usuario externo utilizaremos la muestra ya que el universo es extenso, contando con un total de 300 clientes externos mensuales, donde, para recopilar la muestra utilizaremos la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 p q N}{N E^2 + Z^2 p q}$$

SIMBOLOGÍA:

n = Tamaño de la muestra

N = Población o Universo

p = Proporción respecto al éxito

q = Proporción estimada de no éxito

z = nivel de confianza

E = Margen de error estadístico

DATOS

N = 300

p = 0.5

q = 0.5

z = 1.96

E = 5%

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 300}{300 * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 300}{300 * 0.0025 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{288.12}{1.7104}$$

$$n = 168.4518241$$

$$n = 168$$

En base a este resultado, se debe encuestar a 168 clientes externos.

3.4 MÉTODOS

Método Histórico- Lógico

Se aplicó el método histórico lógico ya que al conocer las falencias del personal que labora en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” de la ciudad de Ambato Provincia de Tungurahua y al aplicarlo permitió avances positivos logrando un cambio en la empresa en mención.

Método lógico inductivo: A través del razonamiento, el cual parte de casos particulares, permitió se eleve a conocimientos generales de satisfacción, la inducción puede ser completa o incompleta, por lo cual el objeto de la investigación obliga a tomar una muestra representativa.

Método lógico deductivo: Se empleó para elaborar el marco teórico y el análisis de resultados además se utilizó para la interpretación de resultados conclusiones y recomendaciones enfocadas a la presente propuesta.

3.4.1 TÉCNICA

Técnica de la observación: Se utilizó esta técnica con el fin de observar directamente el problema anteriormente citado dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” para registrar y analizar la información obtenida.

Encuesta: Para el trabajo de la investigación se utilizó la técnica de la encuesta, dirigida especialmente a los trabajadores, proveedores y cliente externo de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”. (Ver anexo 1,2,3)

Entrevista: Se elaboró una guía de preguntas dirigida al gerente propietario de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” para obtener información sobre la necesidad de un código de ética. (Ver anexo 4)

3.4.2 INSTRUMENTOS

Cuestionario: Se aplicó un cuestionario a los trabajadores, proveedores y al cliente externo de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” con el propósito de conocer su criterio acerca del tema a investigar. (Ver anexo 1,2,3)

3.5 RESULTADOS

3.5.1 Entrevista:

Realizada a: Ing. Leonardo Enrique Ibarra propietario de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios

Fecha y Hora: 18 de octubre 2016 a las 09h00 am

Objetivo: Determinar el clima organizacional que se genera en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Tabla 5: Preguntas de entrevista al gerente

Preguntas	Respuestas
PREGUNTA 1.- ¿Cómo calificaría usted las relaciones con sus empleados?	Las relaciones son buenas mas no excelentes puesto que muchos de sus colaboradores no dan apertura al dialogo lo que causa una comunicación a medias, producida también por las labores realizadas dentro de la empresa, lo que muchas de las veces impide la comunicación entre su persona y sus trabajadores.

<p>PREGUNTA 2.- ¿Qué valores éticos se promueven dentro de su empresa?</p>	<p>Los valores promovidos en su empresa son la responsabilidad, la confianza, la puntualidad al momento de entregar sus trabajos, el trabajo en equipo además la pulcritud y la transparencia en todo lo que realizan tanto el como gerente y sus colaboradores.</p>
<p>PREGUNTA 3.- ¿Qué tipo de acciones de apoyo se promueven hacia la comunidad?</p>	<p>La responsabilidad social que la empresa tiene, implica el hecho de la participación de la empresa con la comunidad y una de las cosas que se realiza es la integración de las familias en eventos de la empresa como de la navidad, día de la familia, día del niño entre otros eventos. Además siempre colabora con el presidente del barrio en pro mejora del mismo.</p>
<p>PREGUNTA 4.- ¿Los desperdicios o desechos de su empresa como se responsabilizan?</p>	<p>Los materiales de la empresa se trata de reutilizarlos en mayor cantidad, pero algunos de los residuos no pueden ser reutilizados con los que se da al reciclaje para que reciban un tratamiento adecuado y no contaminen al medio ambiente.</p>
<p>PREGUNTA 5.- ¿Usted cumple con todos los pagos legales en relación con Instituciones oficiales?</p>	<p>Sí, la empresa se encarga de pagar todos los pagos legales y cada uno de los beneficios de ley.</p>
<p>PREGUNTA 6.- ¿Se ha contemplado metas, objetivos e incentivos para los Empleados?</p>	<p>Sí, se da metas para los empleados, que se consideran pocos incentivos para los mismos. Pero que si cumplen las metas trazadas por la empresa o mejoran las</p>

	<p>mismas se tiene un pago extra por superar la meta establecida y así gana la empresa y el trabajador.</p>
<p>PREGUNTA 7.- ¿Ha existido problemas con clientes y proveedores?</p>	<p>Son pocas las veces que ha sus oídos ha llegado algún tipo de queja o reclamo por parte de clientes o proveedores, los mismos que se han tratado de resolver a tiempo.</p>
<p>PREGUNTA 8.- ¿Cuál es el FODA de su empresa?</p>	<p>Las Fortalezas de la empresa son el de tener un producto de calidad que además la maquinaria es la más avanzada del mercado, que se tiene definido la segmentación del mercado y además se tiene un buen conocimiento del mismo</p> <p>Las oportunidades son que podemos extender nuestra empresa a varias regiones del país, además la empresa está acorde con las demás con lo cual podemos competir y es de gran ayuda el crecimiento del sector en lo que a publicidad se refiere.</p> <p>Las debilidades son que hace falta un espacio más grande en el área de producción, la publicidad es costosa por que se los realiza con materiales de calidad, otra debilidades es que la comunicación con el personal es deficiente.</p> <p>Y las Amenazas son los competidores internacionales, la competencia de</p>

	<p>productos similares y con bajo costo ya que la impresión se lo realiza con material chino de segunda con durabilidad de poco tiempo lo que perjudica a la empresa además el entorno económico perjudica en gran medida ya que la economía se ve afectada hacia todos los sectores.</p>
--	---

Fuente: Guía entrevista

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

3.5.2 Encuesta a los empleados

Encuesta dirigida a los empleados de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Objetivo: Determinar el clima organizacional que se genera en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

PREGUNTA 1.- ¿Está usted satisfecho con su trayectoria dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

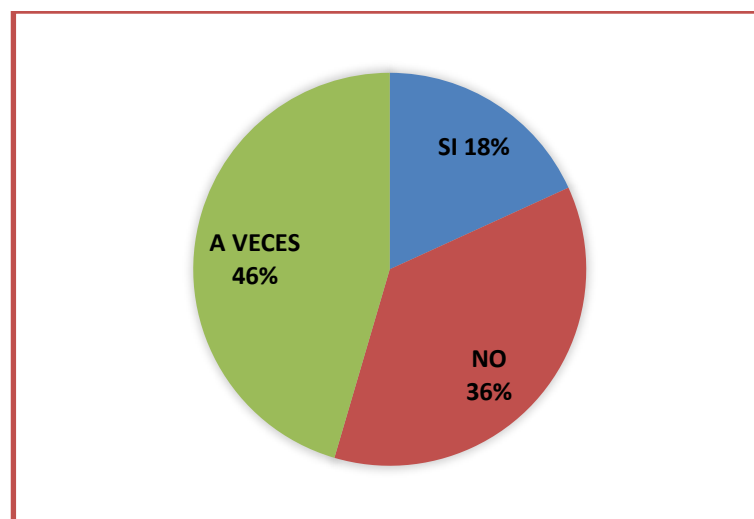
Tabla 6: Información de la satisfacción de trayectoria del personal en la empresa

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	18%
NO	4	36%
A VECES	5	46%
TOTAL	11	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 7: Información de la satisfacción de trayectoria del personal en la empresa



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 46% de los encuestados considera que están satisfechos relativamente en su trayectoria dentro de la empresa Bectro, el 36% manifiesta que no se encuentra satisfecho; mientras que el 18% de los trabajadores encuestados están satisfechos con la trayectoria dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que el personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, no siempre están satisfechos con la trayectoria obtenida durante el tiempo laboral, lo que causa insatisfacción de los trabajadores.

PREGUNTA 2.- ¿Se siente usted a gusto cuando trabaja en equipo en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

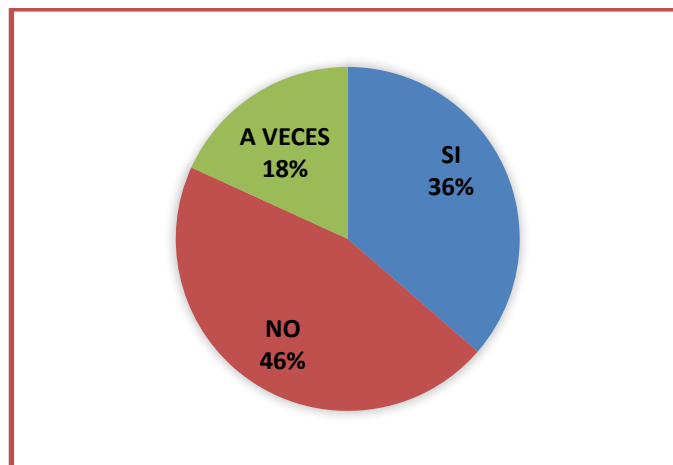
Tabla 7: Nivel de satisfacción del personal al trabajar en equipo

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	36%
NO	5	46%
A VECES	2	18%
TOTAL	11	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 8: Nivel de satisfacción del personal al trabajar en equipo



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 46% de los empleados no están satisfechos al trabajar en equipo dentro de la empresa Bectro, el 36% si lo están y el 18% de los encuestados ocasionalmente se encuentran satisfechos con el trabajo que realizan en equipo en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que el personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, no está a gusto con el trabajo en equipo, lo que provoca el mal funcionamiento de los procesos internos de la empresa.

PREGUNTA 3.- ¿Cómo califica la relación con el gerente y colaboradores en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

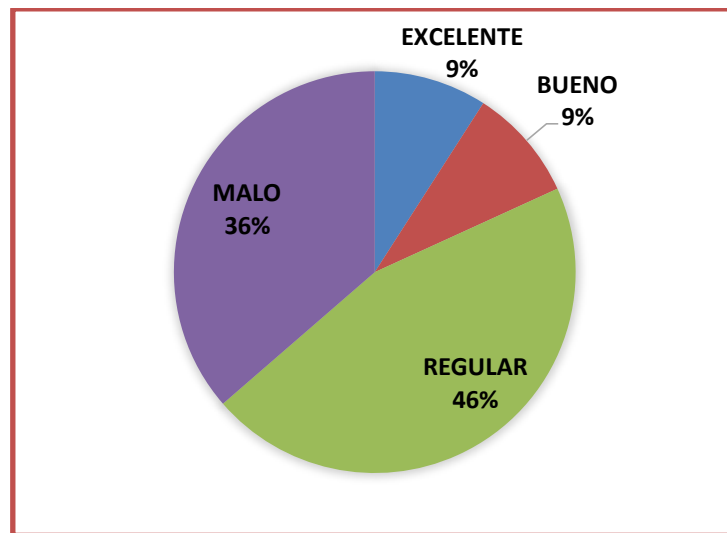
Tabla 8: Relaciones entre el personal de la empresa

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	1	9%
BUENO	1	9%
REGULAR	5	46%
MALO	4	36%
TOTAL	11	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 9: Relaciones entre el personal de la empresa



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 9% de los encuestados considera que la relación entre gerente y colaboradores es excelente, el 9% piensa que es buena; mientras que el 46% de los trabajadores encuestados aduce que es regular y el 36% afirma que la relación entre gerente y colaboradores de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” es mala.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que el personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, no tienen una buena relación entre gerente y colaboradores, lo que causa insatisfacción de los trabajadores.

PREGUNTA 4.- ¿En el último mes cuantos reclamos de clientes se han presentado en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

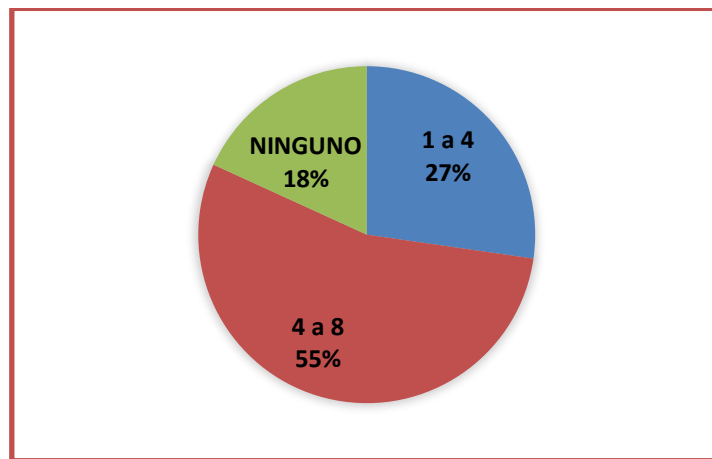
Tabla 9: Frecuencia de reclamos de clientes

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 4	3	27%
4 a 8	6	55%
NINGUNO	2	18%
TOTAL	11	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 10: Frecuencia de reclamos de clientes



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 27% de los encuestados considera que hubo un rango de reclamos de 1 a 4 clientes por mes, para el 55% existieron 4 a 8 personas que realizaron algún tipo de reclamos, el 18% de los encuestados consideraron que no existió ningún reclamo de clientes hacia la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” en el último mes.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que el personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, recibe varios reclamos al mes, lo que causa que el cliente busque otras opciones para satisfacer sus necesidades.

PREGUNTA 5.- ¿Cómo calificaría el trato hacia los clientes de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

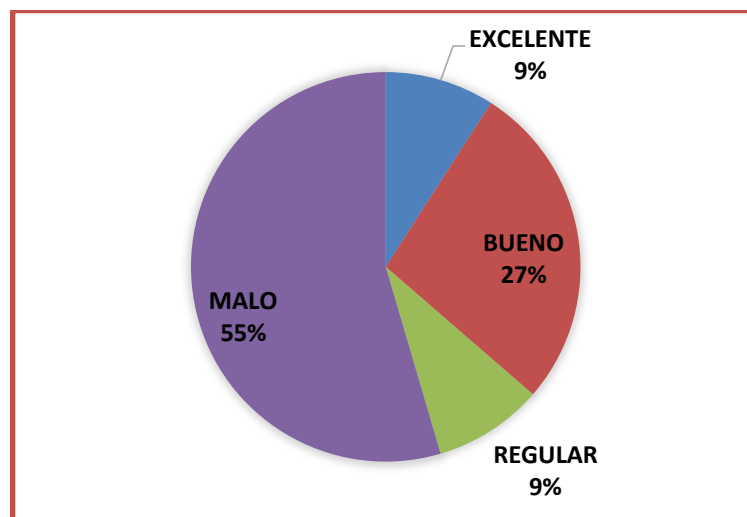
Tabla 10: Trato al cliente

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	1	9%
BUENO	3	27%
REGULAR	1	9%
MALO	6	55%
TOTAL	11	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 11: Trato al cliente



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 9% de los encuestados considera que el trato al cliente es excelente, el 27% manifiesta que el trato es bueno, el 9% piensa que es regular y obteniendo el porcentaje más alto con el 55% afirman que el trato hacia el cliente de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” es malo.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que el personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, no están tratando al cliente como se merece, lo que causa que el cliente ya no opte por el servicio.

PREGUNTA 6.- ¿Está satisfecho con la remuneración que recibe de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

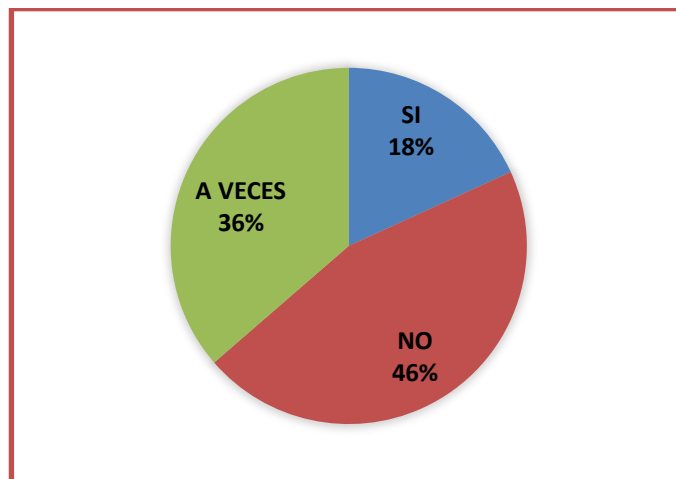
Tabla 11: Nivel de satisfacción del personal por la remuneración que recibe

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	18%
NO	5	46%
A VECES	4	36%
TOTAL	11	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 12: Nivel de satisfacción del personal por la remuneración que recibe



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 18% de los encuestados considera que están satisfechos por la remuneración que reciben de la empresa Bectro; el 46% no están satisfechos; mientras que el 36% de los trabajadores de vez en cuando se encuentran satisfechos por la remuneración que recibe de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que el personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, no se encuentran satisfechos con la remuneración percibida por parte de la empresa, lo que genera una desmotivación de sus trabajadores.

PREGUNTA 7.- ¿Califique los principios y valores éticos que se promueven dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” por orden de importancia en un rango de 1 a 5 siendo el mayor 5?

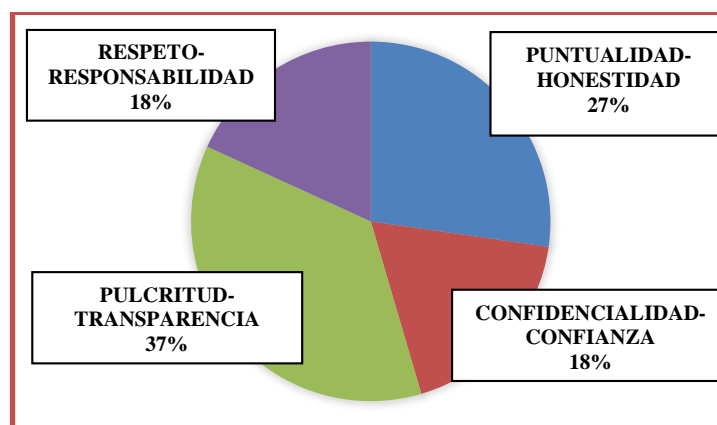
Tabla 12: Principios y valores éticos que promueve la empresa

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Puntualidad - Honestidad	3	27%
Confidencialidad – Confianza	2	18%
Pulcritud – Transparencia	4	37%
Respeto – Responsabilidad	2	18%
TOTAL	11	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 13: Principios y valores éticos que promueve la empresa



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El porcentaje que obtuvo mayor calificación con 37% de los encuestados considera que los principios y valores éticos que promueve la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” es la Pulcritud – Transparencia seguido por la Puntualidad - Honestidad con un 27%, el Respeto – Responsabilidad con un 18% al igual que la Confidencialidad - Confianza de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas se manifiesta que la Pulcritud – Transparencia son los valores principales que promueve la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

PREGUNTA 8.- ¿Está usted afiliado al IESS?

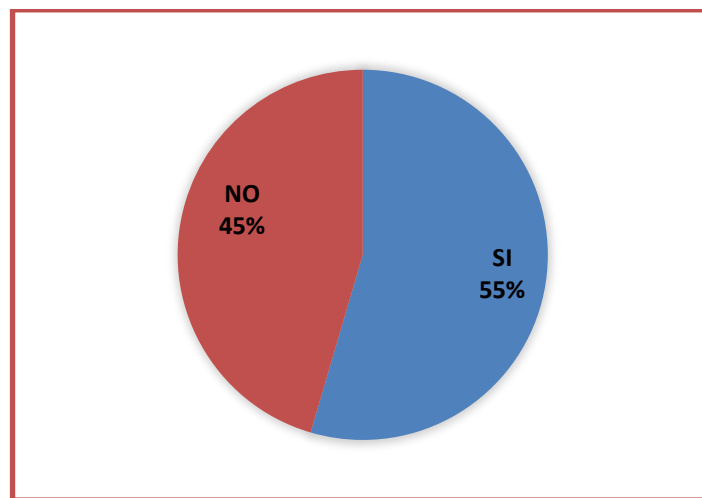
Tabla 13: Personal que se encuentra afiliado al seguro social

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	55%
NO	5	45%
TOTAL	11	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 14: Personal que se encuentra afiliado al seguro social



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 55% de los encuestados manifiesta que están afiliados al seguro social; mientras que el 45% de los trabajadores no se encuentran afiliados al seguro social de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que parte del personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, se encuentra afiliado, lo que causa la desmotivación de sus trabajadores y se incumple la normativa establecida.

PREGUNTA 9.- ¿Usted cuenta con el equipo necesario para ejecutar su trabajo?

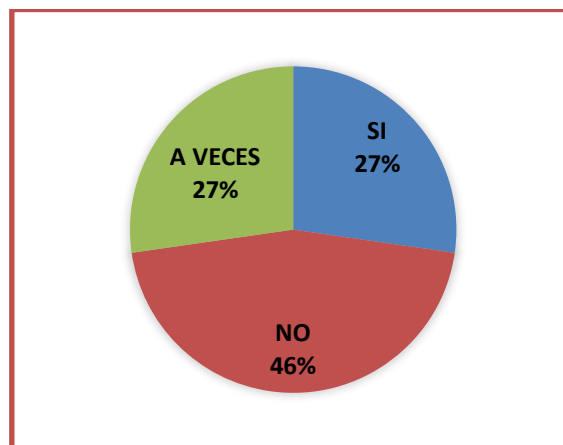
Tabla 14: Personal que cuenta con el equipo necesario para trabajar

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	27%
NO	5	46%
A VECES	3	27%
TOTAL	11	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 15: Personal que se encuentra afiliado al seguro social



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El porcentaje más alto de los resultados obtenidos con el 46% no cuentan con el equipo necesario para ejecutar su trabajo, el 27% rara vez cuenta con el equipo necesario y el 27% cuentan con el equipo necesario para ejecutar su trabajo dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: Se manifiesta que el personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, no tienen el equipo necesario para ejecutar su trabajo, lo que causa ineficiencia y retraso en la entrega de trabajos.

PREGUNTA 10.- ¿Se reutiliza los restos de material que desecha la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

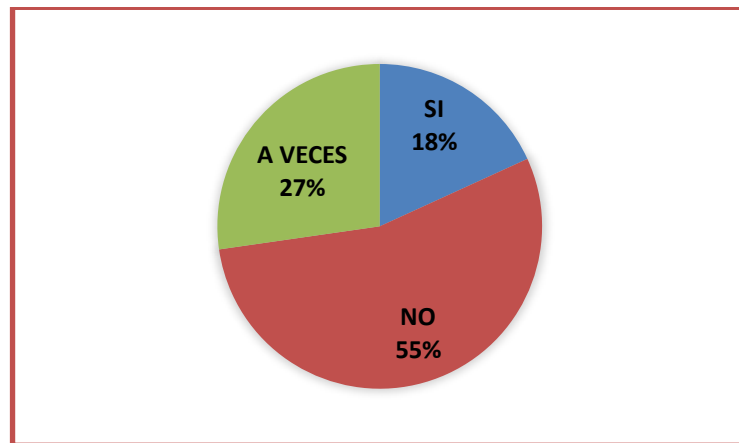
Tabla 15: Reutilización del material

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	18%
NO	6	55%
A VECES	3	27%
TOTAL	11	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 16: Reutilización del material



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 55% de los resultados obtenidos considera que no reutilizan los restos de material que desecha la empresa, el 27% manifiesta que hay veces que los restos de material que desecha la empresa son reutilizados y el 18% de los trabajadores encuestados aducen reutilizar los restos de material desechados por la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: La empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, no cuenta con una reutilización del material desechado, lo que causa pérdidas a la empresa y más contaminación ambiental.

PREGUNTA 11.- ¿Conoce cuáles son las funciones que debe realizar para el tipo de actividades de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

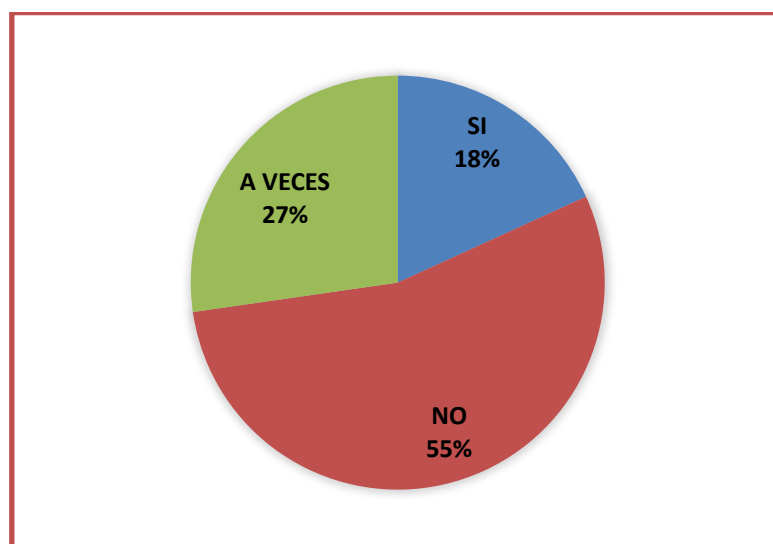
Tabla 16: Nivel de conocimiento de funciones

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	18%
NO	6	55%
A VECES	3	27%
TOTAL	11	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 17: Nivel de conocimiento de funciones



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 55% de las personas encuestadas consideran que no conocen las funciones que deben realizar para diferentes tipos de actividades en la empresa, el 27% pocas veces las conocen y el 18% de los trabajadores encuestados aducen conocer las funciones que deben realizar en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: Se manifiesta que el personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, no conoce las funciones que debe realizar en un tipo de trabajo encomendado, con esto causa una mala organización dentro de la empresa.

PREGUNTA 12.- ¿Se guarda confidencialidad por los diseños realizados a los clientes de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

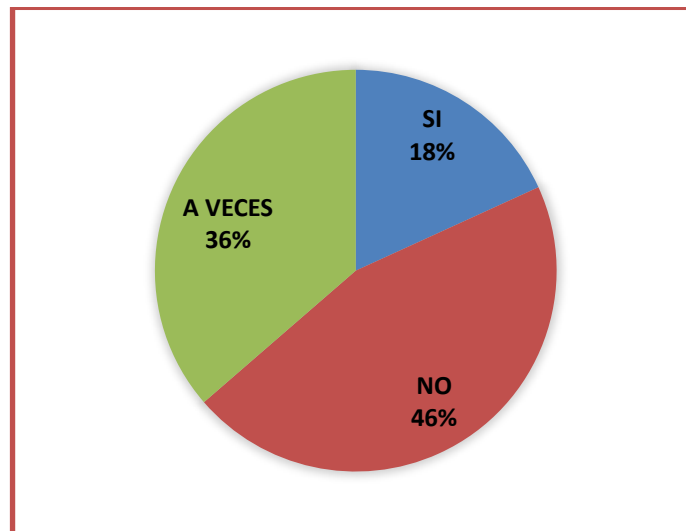
Tabla 17: Nivel de confidencialidad de diseños elaborados

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	18%
NO	5	46%
A VECES	4	36%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 18: Nivel de confidencialidad de diseños elaborados



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 46% considera que no se guarda confidencialidad por los diseños elaborados en la empresa, el 36% pocas veces y el 18% de los trabajadores aducen que se guarda confidencialidad por los diseños elaborados en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que el personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, no guarda confidencialidad de los diseños realizados para los clientes de la empresa, causando así pérdidas a la empresa por fuga de información.

3.5.3 Encuesta dirigida a los clientes de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

PREGUNTA 1.- ¿Cómo calificaría la atención recibida por los empleados de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

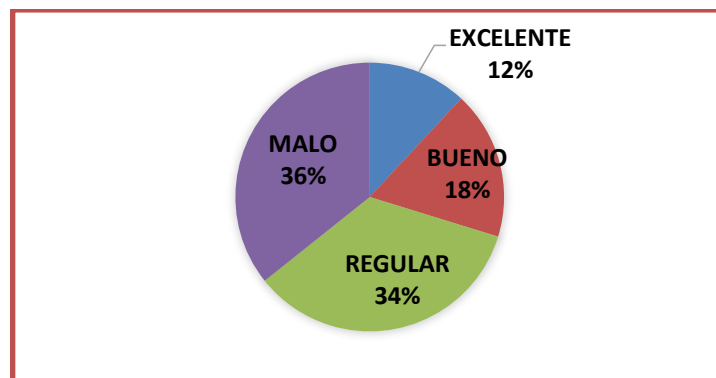
Tabla 18: Nivel de atención recibida por los empleados

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	20	12%
BUENO	30	18%
REGULAR	58	34%
MALO	60	36%
TOTAL	168	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 19: Nivel de atención recibida por los empleados



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 12% de los resultados obtenidos de clientes, considera que la atención recibida por los empleados es excelente, el 18% que la atención recibida es bueno; mientras que el 34% de los clientes encuestados considera que la atención recibida por los empleados es regular y el mayor porcentaje con el 36% aduce que es malo.

Interpretación: El personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, no están tratando al cliente como se merece, lo que causa que el cliente ya no regrese.

PREGUNTA 2.- ¿El tiempo de entrega de los servicios y productos publicitarios solicitados es?

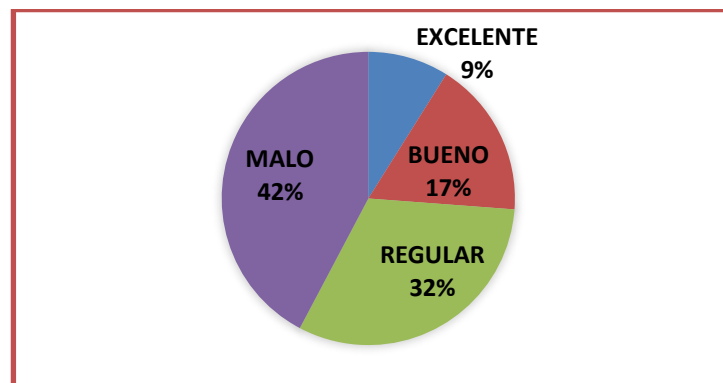
Tabla 19: Nivel de satisfacción del tiempo de entrega de productos y servicios

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	15	9%
BUENO	29	17%
REGULAR	53	32%
MALO	71	42%
TOTAL	168	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 20: Nivel de satisfacción del tiempo de entrega de productos y servicios



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 9% de los clientes encuestados considera que el tiempo de entrega de producto y servicio es excelente, el 17% es bueno, mientras que el 32% es regular y el 42% dice que es malo el tiempo de entrega de producto y servicio de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: Se manifiesta que el tiempo de entrega de producto y servicio de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, no es entregada con tiempo, lo que causa que el cliente busque otras alternativas en la competencia.

PREGUNTA 3.- ¿Califique los principios y valores éticos que se promueven dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” por orden de importancia en un rango de 1 a 5 siendo el mayor 5?

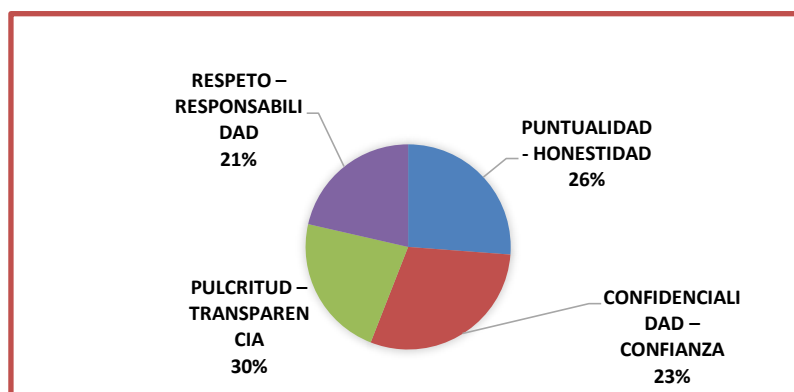
Tabla 20: Principios y valores éticos que promueve la empresa

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Puntualidad - Honestidad	44	26%
Confidencialidad – Confianza	38	23%
Pulcritud – Transparencia	50	30%
Respeto – Responsabilidad	36	21%
TOTAL	168	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 21: Principios y valores éticos que promueve la empresa



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: Siendo los resultados mayores con el 30% de los clientes encuestados considera que los principios y valores éticos que promueve la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” es la Pulcritud – Transparencia por otra parte la Puntualidad - Honestidad con un 26%, el Respeto – Responsabilidad con un 21%, la Confidencialidad - Confianza con el 23% de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que la Pulcritud – Transparencia son los valores principales que promueve la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

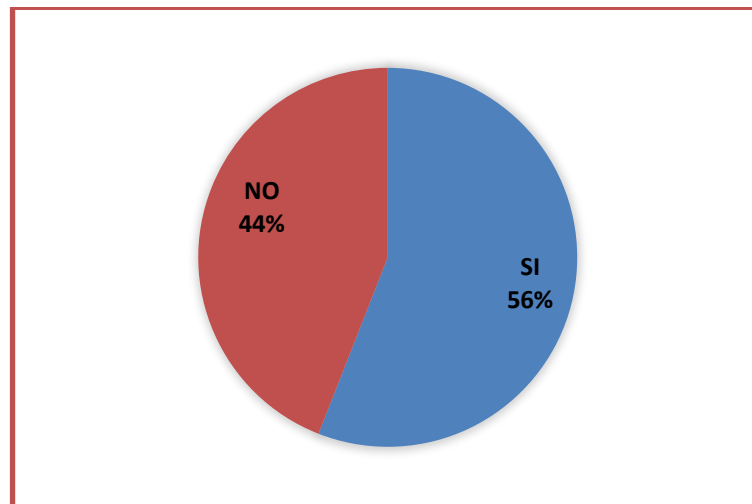
PREGUNTA 4.- ¿Ha realizado usted algún reclamo por el producto o servicio entregado por la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” ”?

Tabla 21: Frecuencia de reclamos por el producto o servicio entregado

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	94	56%
NO	74	44%
TOTAL	168	100%

Fuente: Resultado encuestas
Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 22: Frecuencia de reclamos por el producto o servicio entregado



Fuente: Resultado encuestas
Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El mayor porcentaje obtenido en las encuestas con el 56% ha realizado algún reclamo por un producto o servicio entregado, el 44% no ha realizado reclamos por un producto o servicio entregado por la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: Se manifiesta que el cliente de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, ha realizado reclamos ya sea por productos o servicios, lo que causa mala imagen de la empresa.

PREGUNTA 5.- ¿La empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” ha solucionado sus reclamos?

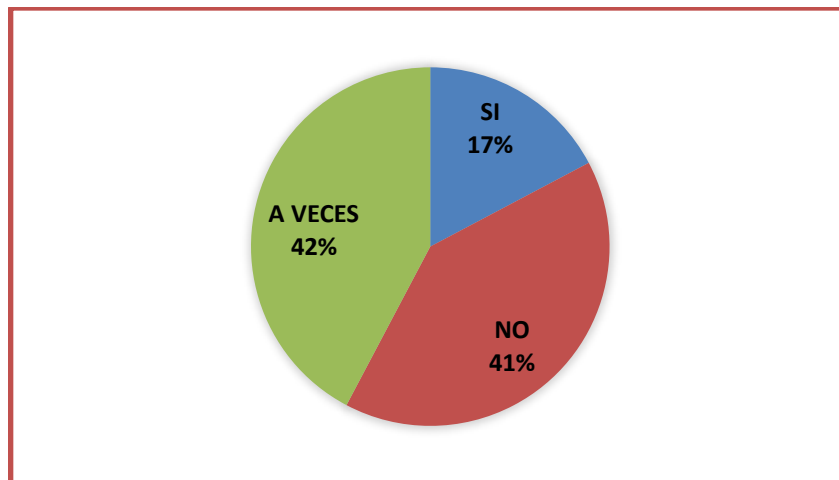
Tabla 22: Frecuencia de solución de reclamos

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	29	17%
NO	68	41%
A VECES	71	42%
TOTAL	168	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 23: Frecuencia de solución de reclamos



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 41% de los clientes encuestados consideran que no solucionan sus reclamos, el 42% pocas veces han resuelto sus reclamos; mientras que el 17% de los clientes encuestados mencionaron que solucionaron sus reclamos.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que el cliente de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, no solucionan sus reclamos, causando así pérdida de cartera de clientes.

PREGUNTA 6.- ¿Los productos y servicios que usted ha recibido por parte de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” son?

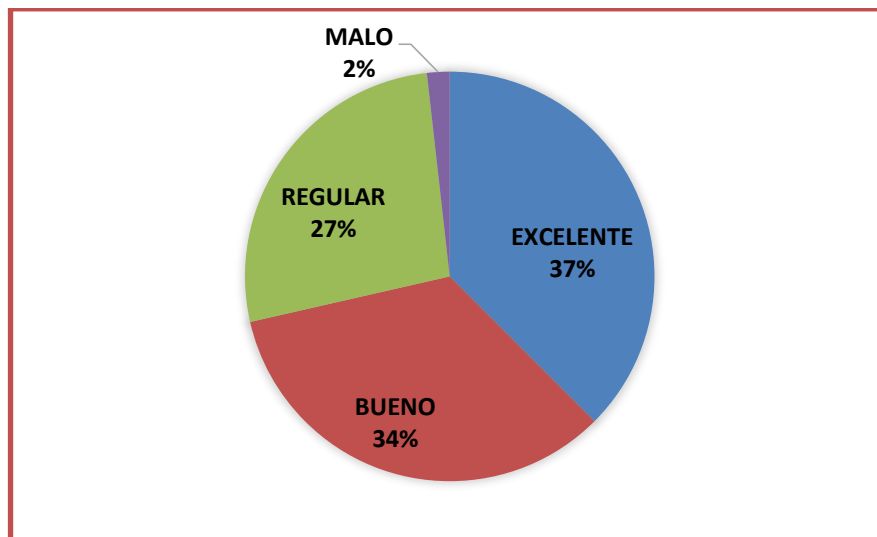
Tabla 23: calificación de productos y servicios recibidos

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	63	37%
BUENO	57	34%
REGULAR	45	27%
MALO	3	2%
TOTAL	168	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 24: calificación de productos y servicios recibidos



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 37% de los clientes encuestados considera que los productos que han recibido son excelentes, el 34% son buenos, mientras que el 27% de los clientes encuestados dicen que es regular y el 2% aduce que son malos.

Interpretación: Los productos que ha recibido son de calidad por parte de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, lo que causa que el cliente regrese por el producto de calidad.

PREGUNTA 7.- Mencione algunas sugerencias en la que puede mejorar el servicio de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”

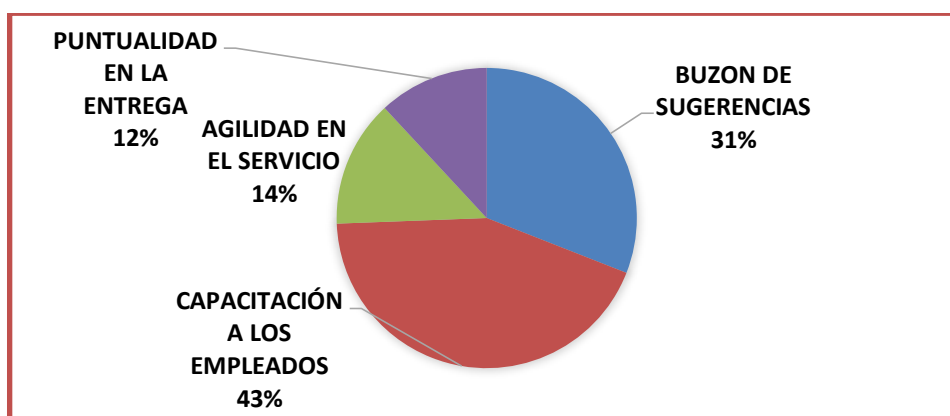
Tabla 24: Sugerencias para el mejoramiento del servicio

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUZÓN DE SUGERENCIAS	52	31%
CAPACITACIÓN A LOS EMPLEADOS	73	43%
AGILIDAD EN EL SERVICIO	23	14%
PUNTUALIDAD EN LA ENTREGA	20	12%
TOTAL	168	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 25: calificación de productos y servicios recibidos



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: En base a los resultados obtenidos siendo el mayor porcentaje con 43% considera que la capacitación a los empleados puede mejorar el servicio de la empresa, el 31% manifiesta que un buzón de sugerencias puede mejorar el servicio, el 14% considera que la agilidad puede mejorar y el 12% aduce que la puntualidad en las entregas puede mejorar el servicio.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas por parte de los clientes, manifiesta que los productos que ha recibido son de calidad de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, lo que causa que el cliente regrese por el producto de calidad.

PREGUNTA 8.- ¿Cómo calificaría usted los costos del producto o servicio que presta la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

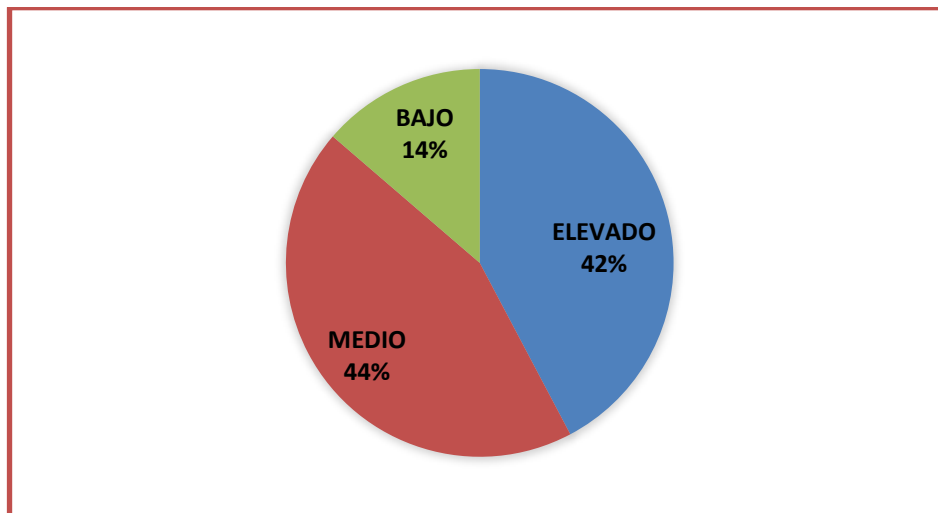
Tabla 25: calificación de los costos del producto o servicio

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ELEVADO	71	42%
MEDIO	74	44%
BAJO	23	14%
TOTAL	168	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 26: calificación de los costos del producto o servicio



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 42% de los clientes encuestados menciona que los costos del producto y servicio son elevados, el 44% manifiesta que el costo es medio, el 14% dijo que el costo de los productos y servicio son bajos.

Interpretación: Según los resultados de la encuesta los costos de los productos son de un nivel medio lo que causa que la empresa tenga un buen nivel de ingreso y pueda competir con las demás empresas de su rango.

3.5.4 Encuesta dirigida a los proveedores de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

PREGUNTA 1.- ¿Cómo calificaría la atención recibida por los empleados de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” cuando realizó la negociación de sus materiales?

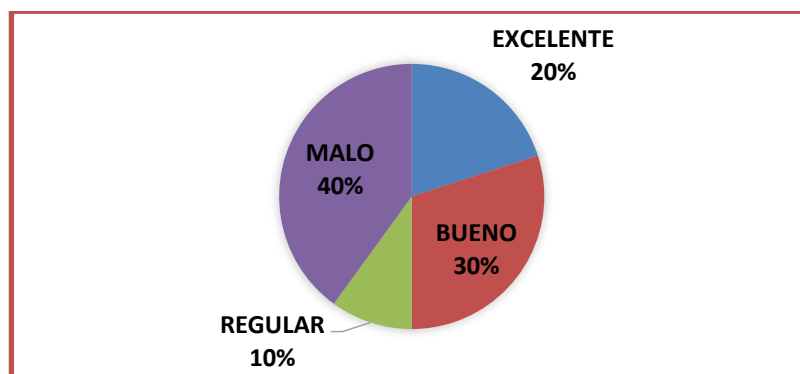
Tabla 26: Calificación de atención de los empleados

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	2	20%
BUENO	3	30%
REGULAR	1	10%
MALO	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 27: Calificación de atención de los empleados



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 20% de los proveedores encuestados considera que la atención recibida por los empleados es excelente, el 30% manifiesta que la atención es buena; mientras que el 10% considera que es regular y el 40% aduce que la atención recibida por los empleados es mala.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas por parte de los proveedores se manifiesta que la atención recibida por los empleados de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” es mala, lo que causa que el proveedor busque otros clientes.

PREGUNTA 2.- ¿Cómo calificaría el pago de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” por la materia prima entregada por usted?

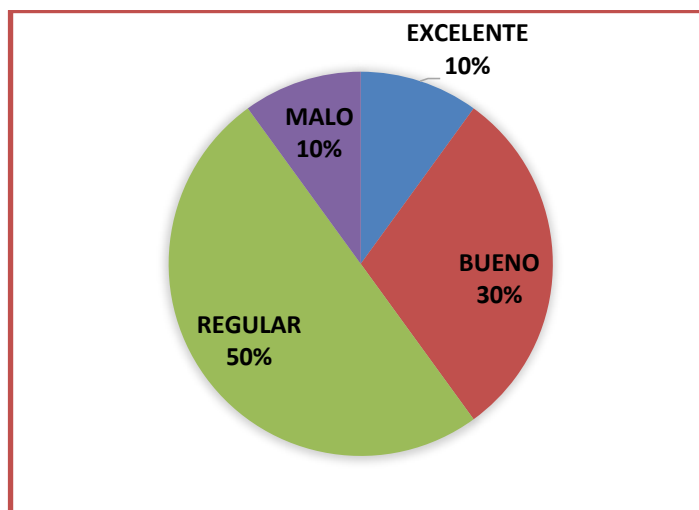
TABLA 27: calificación del pago por materia prima entregada

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	1	10%
BUENO	3	30%
REGULAR	5	50%
MALO	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

GRÁFICO 28: Calificación del pago por materia prima entregada



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 10% de los proveedores encuestados consideran que el pago por la materia prima es excelente, el 30% manifiesta que es bueno, mientras que el mayor porcentaje obtenido es el 50% que calificaron como regular y el 10% aduce que el pago es malo.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas por parte de los proveedores manifiestan que el pago por la materia prima de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” es regular, lo que causa que el proveedor busque otras opciones.

PREGUNTA 3.- ¿Usted ha realizado algún reclamo a la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

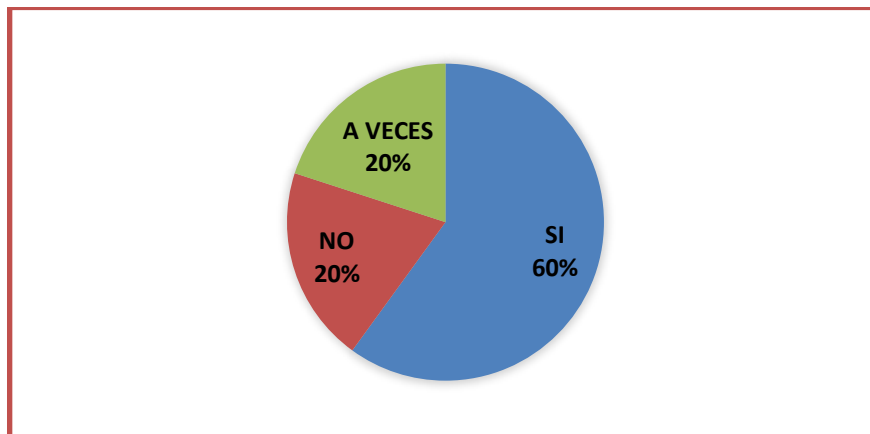
Tabla 28: Frecuencia de reclamos

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	60%
NO	2	20%
A VECES	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 29: Frecuencia de reclamos



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: En base a los resultados obtenidos el mayor porcentaje es el 60% de los proveedores encuestados considera que si han realizado algún reclamo a la empresa, el 20% no han realizado, al igual que el 20% de los proveedores encuestados aducen que relativamente han realizado algún reclamo.

Interpretación: Se manifiesta que los proveedores de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, si han realizado algún reclamo, causando así perdida a la empresa por falta de material.

PREGUNTA 4.- ¿En el caso que su respuesta sea afirmativa el reclamo lo realizó hacia?

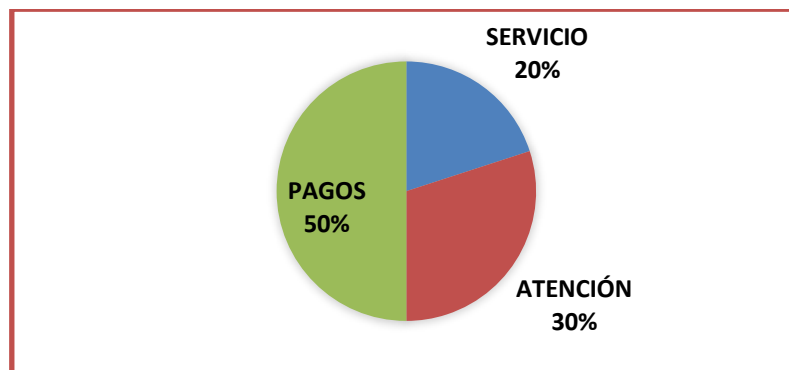
Tabla 29: Frecuencia de reclamos realizados

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SERVICIO	2	20%
ATENCIÓN	3	30%
PAGOS	5	50%
TOTAL	10	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 30: Frecuencia de reclamos realizados



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 20% de los proveedores encuestados han realizado algún reclamo a la empresa sobre el servicio que presta la empresa, el 30% manifiestan que han realizado algún reclamo a la empresa sobre la atención, obteniendo el mayor porcentaje el 50% de los proveedores aducen que han realizado reclamo sobre los pagos que realiza la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que los proveedores de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, han realizado algún reclamo sobre los pagos que realiza la empresa, causando así insatisfacción a los mismos.

PREGUNTA 5.- ¿Cómo son las relaciones comerciales con la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

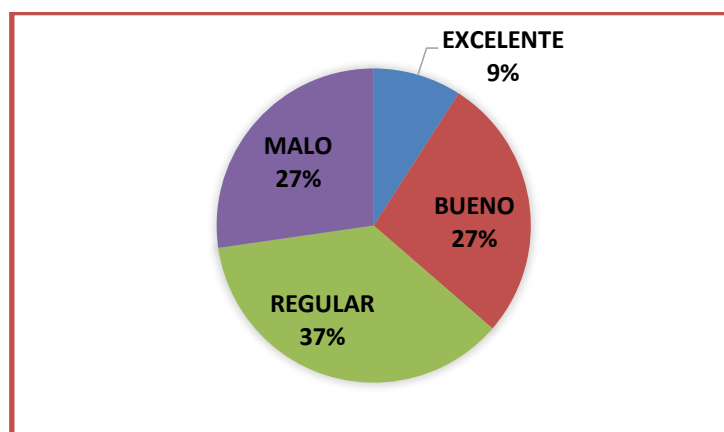
Tabla 30: Relaciones comerciales de la empresa

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	1	9%
BUENO	2	27%
REGULAR	4	37%
MALO	3	27%
TOTAL	10	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 31: Relaciones comerciales de la empresa



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 9% de los proveedores encuestados considera que las relaciones comerciales con la empresa es excelente, el 27% manifiesta que son buenas, mientras el 37% de los proveedores encuestados aduce que es regular y el 27% dice que las relaciones comerciales de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” es mala.

Interpretación: Los proveedores manifiestan que las relaciones comerciales con la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” es regular, lo que causa que el proveedor rompa las relaciones comerciales.

PREGUNTA 6.- ¿Califique los principios y valores éticos que se promueven dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” por orden de importancia en un rango de 1 a 5 siendo el mayor 5?

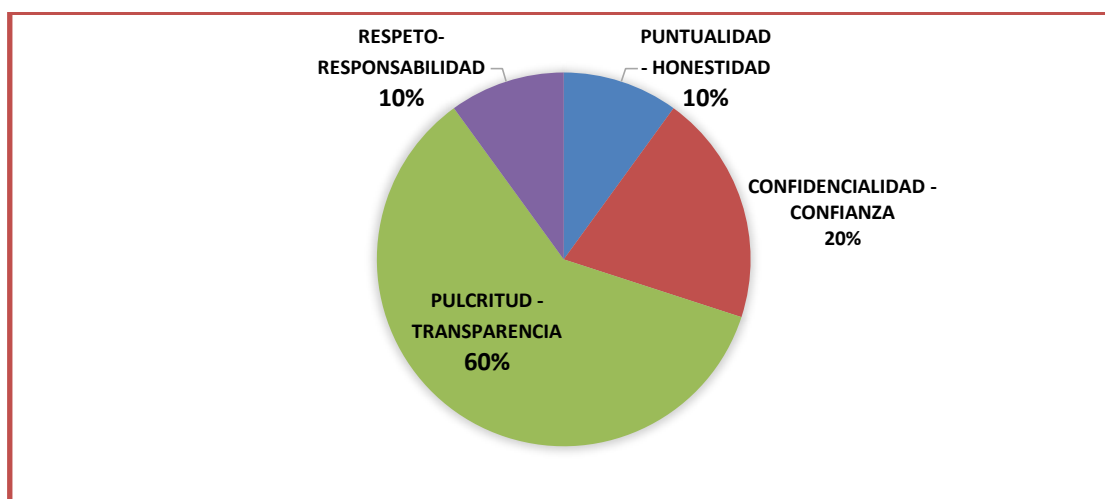
Tabla 31: Principios y valores éticos que promueve la empresa

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Puntualidad - Honestidad	1	10%
Confidencialidad – Confianza	2	20%
Pulcritud – Transparencia	6	60%
Respeto – Responsabilidad	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 32: Principios y valores éticos que promueve la empresa



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El 60% de los proveedores encuestados considera que los principios y valores éticos que promueve la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” es la Pulcritud – Transparencia por otra parte la Puntualidad - Honestidad con un 10%, el Respeto – Responsabilidad con un 10%, la Confidencialidad - Confianza con el 20%.

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas en esta pregunta se manifiesta que la Pulcritud – Transparencia son los valores principales que promueve la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

PREGUNTA 7.- Mencione algunas sugerencias en la que puede mejorar el servicio de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”

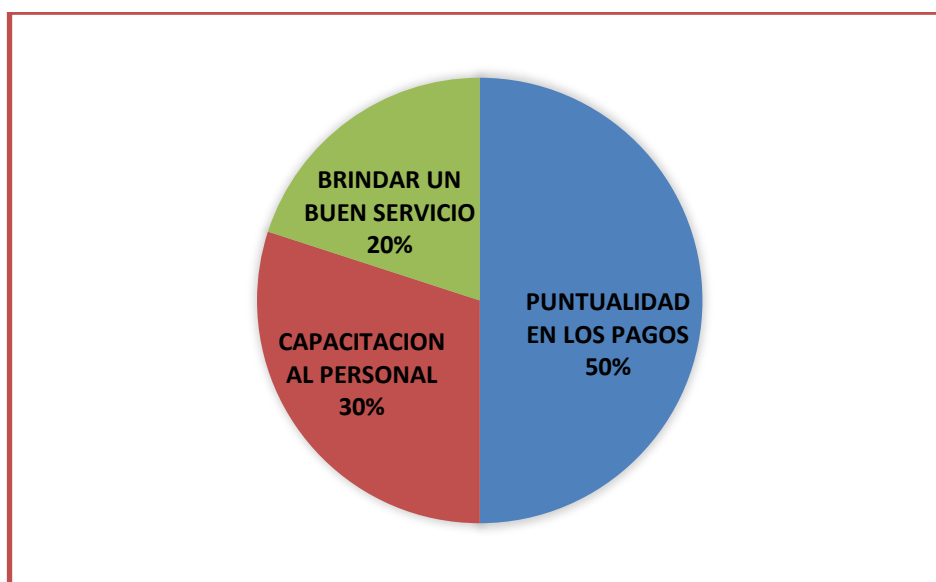
Tabla 32: Sugerencias para el mejoramiento del servicio

ITEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Puntualidad en los pagos	5	50%
Capacitación al personal	3	30%
Brindar un buen servicio	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 33: Sugerencias para el mejoramiento del servicio



Fuente: Resultado encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Análisis: El mayor porcentaje de los resultados obtenidos en esta pregunta con el 50% de los proveedores encuestados considera que la puntualidad en los pagos puede mejorar el servicio, el 30% manifiesta que la capacitación a los empleados puede mejorar el servicio hacia el cliente, mientras que el 20% considera que brindar una buena atención puede mejorar la calidad de servicio de la empresa

Interpretación: En base a las respuestas obtenidas por parte de los proveedores manifiesta que la puntualidad en los pagos puede mejorar el servicio que presta la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”, lo que causa que el servicio sea deficiente.

3.5.5 Análisis de resultados

El presente estudio está basado en 11 personas que corresponden a los miembros de la empresa y una muestra de 168 clientes a los cuales se aplicó la entrevista y las encuestas utilizando los respectivos instrumentos de recolección de información.

Se realizó las tablas y gráficos estadísticos en el programa Excel para mejor comprensión de los resultados porcentuales, posteriormente se procedió a realizar el análisis e interpretación de cada pregunta, con el fin de lograr los objetivos planteados al inicio del trabajo de titulación, pudiendo así detectar la insatisfacción de los trabajadores y del cliente externo debido a la falta de un código de ética el cual rija a todo el personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”

Tabla 33: Análisis de resultados internos de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Manifestaciones	Impacto	Justificación	Fuente
Insatisfacción del personal	Alto	Una gran cantidad de trabajadores no están satisfechos con las relaciones y actividades laborales.	Encuestas colaboradores
Desconocimiento De funciones	Medio	La mayor parte del personal tiene desconocimiento en la realización de algún tipo de actividades de las cuales no están capacitados	Encuestas colaboradores
Contaminación ambiental	Medio	Los materiales son desechados cuando deberían ser reutilizados	Encuestas colaboradores Observación
Falta de motivación al personal	Alto	Al no contar con un plan de motivación por metas obtenidas	Encuestas colaboradores
Pulcritud y transparencia en los trabajos elaborados	Medio	Mediante la encuesta se determinó que estos son los valores más profesados de la empresa.	Encuesta Cliente y trabajadores

Producto de calidad	Alto	Los productos están elaborados con materiales primera de alta durabilidad.	Encuesta colaboradores
Control de redes sociales de una manera publicitaria	Medio	Ponen a disposición sus productos y servicios en toda la red.	Entrevista Observación
Infraestructura propia	Medio	La empresa cuenta con una oficina propia ubicada en el sector comercial.	Observación
Creatividad e imaginación del personal de diseño.	Alto	Al diseñar algún producto o elaboración de artes se plasma la idea en físico o digital.	Observación Entrevista
Infraestructura reducida	Medio	Al observar que el personal no puede moverse con comodidad por la empresa.	Observación

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Tabla 34: Análisis de resultados externos de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Manifestaciones	Impacto	Justificación	Fuente
Fuga de información	Alto	Se ha evidenciado la fuga de información dentro de la empresa.	Gerente Observación Encuesta clientes internos
Elevado número de reclamos de clientes y proveedores	Alto	Existen reclamos por el servicio, producto, costos, tiempo de entrega, pago impuntual.	Encuesta clientes
Insatisfacción del cliente	Alto	Los clientes están insatisfechos con los altos costo de productos, servicios que la empresa ofrece, y el tiempo de entrega	Encuesta clientes

Apertura de nuevos mercados	Alto	Permite el reconocimiento de la empresa a nivel nacional.	Entrevista gerente
Crecimiento de la empresa	Alto	Permite crecer día a día con esfuerzo y sacrificio	Entrevista gerente. Observación
Bajón de producción	Alto	Este bajón se lo pudo medir desde el año pasado ya que el rendimiento de este sector bajo un 3% en sus ventas.	Investigación revista Líderes
Ley de Salvaguardias arancelarias	Alto	Esta medida desfavoreció a las empresas gráficas ya que impidió la renovación de sus tecnologías.	Investigación revista Líderes
Cierre de empresas Gráficas	Medio	Es una oportunidad de crecer para la empresa puesto que se puede expandir a varios sectores antes copados.	Investigación revista Líderes
Empresas aliadas con socios estratégicos	Medio	Varias empresas para mantenerse en el mercado se han asociado entre sí lo que perjudica a la empresa en su desarrollo.	Investigación revista Líderes
Exportación de productos a varios países	Alto	Es una amenaza para nuestra empresa ya que con esta iniciativa se cierran fronteras para nuestra empresa	Investigación revista Líderes
Integrante de páginas de diseño gráfico a nivel del Ecuador “multicomercio.com”	Alto	El poder poner nuestros productos y servicios a disposición del cliente es beneficioso para la empresa ya que es una gran ayuda para el sector gráfico.	Investigación revista Líderes

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

3.5.6 Diagnóstico de la empresa

El diagnóstico interno de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” tiene una resistencia al cambio y el comportamiento del personal no es el adecuado con sus compañeros y con la atención al cliente ya que existe una gran pérdida de tiempo en la creación y entrega de diseños, el no contar con confidencialidad de los artes elaborados lo cual puede ser causado por la mala cultura organizacional evidenciándose la falta de un código ético.

En el diagnóstico externo, la organización tiene una gran competencia de empresas dedicadas a la misma línea ya que sus propietarios son empíricos dañando el mercado del diseño y publicidad profesional y en la mayoría cuenta con sus maquinarias chinas y de baja calidad con productos a bajo costo siendo así una gran amenaza ya que causa grandes pérdidas a la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”. Pero una de sus oportunidades son los avances tecnológicos que ayudan al mejoramiento de su trabajo.

3.5.7 FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Maquinaria actualizada- Calidad de los productos y servicios- Productos innovadores- Personal con conocimiento y experiencia en el área de diseño y publicidad- Producto de larga duración	<ul style="list-style-type: none">- Aprovechamiento de los avances tecnológicos para mejorar el producto- Oportunidad de crecimiento- Crecimiento acelerado de clientes- Competir con empresas similares- Materia prima al alcance

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> – Deficiencia en la comunicación interna – Falta de motivación al personal – Falta de capacitación al personal – Resistencia al cambio por parte de empleados – Pérdida de tiempo en la creación de diseños – Robo de información digital por parte de los diseñadores. 	<ul style="list-style-type: none"> – Competitividad de empresas dedicadas a la misma línea – Empresas con maquinaria y material Chino – Problemas con clientes y proveedores – Entorno económico Nacional – Competencia con productos similares y a bajos costos.

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

3.6 VERIFICACIÓN DE IDEA A DEFENDER

La idea a defender planteada en la investigación del trabajo de titulación es el de proponer un código de ética, ya que esto mejorará significativamente la cultura organizacional de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua 2016.

Esta propuesta se comprueba como verdadera y valedera en base a los resultados de la encuesta dirigida a los trabajadores, proveedores y clientes de la empresa antes mencionada la misma que está sustentada en las preguntas 5,7 y 12 a los trabajadores y en las preguntas 1 y 3 de los usuarios de la empresa las mismas que en un porcentaje notorio tienen quejas y reclamos de la empresa, de acuerdo al FODA se evidencia también la falta de un código de ética.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

Propuesta de un código de ética para la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, en el año 2016.

4.1.1 Información Institucional

Empresa: “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Gerente propietario: Leonardo Enrique Ibarra

Ruc: 1802849487001

Horario de trabajo: En la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” se cumplen con las 40 horas semanales reglamentadas en el código de trabajo, siendo el horario establecido de 9 am a 1:30 pm y de 3:00 pm a 6:30 pm, teniendo 1:30 hora de receso para el almuerzo.

Días festivos: La reforma aprobada en diciembre de 2016 permite que en adelante Ecuador cuente con 11 días de descanso, que corresponde a los feriados nacionales y uno más de las fiestas cívicas locales, es decir, 12 cada año. A los nueve días que ya tenían los ecuatorianos, con la ley se sumaron dos más; los dos de carnaval, que ya no serán recuperables.

También se propone el traslado de los días que coincidan con sábado o domingo, al viernes y lunes respectivamente. Mientras que si los feriados que caigan en días martes se trasladan al anterior día (el lunes) y los que sean miércoles y jueves al viernes de esa semana. Esto en excepción del 1 de enero, 25 de diciembre y el martes de carnaval.

4.1.2 Filosofía Institucional

En la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” creemos que la imaginación y creatividad con estrategia es publicidad, es por esto que nos concentramos en brindar a nuestros clientes servicios y productos exclusivos en calidad y variedad.

Además nos centramos en los resultados de nuestros clientes, planificamos cuidadosamente su comunicación con una visión a largo plazo y por esta razón trabajamos conjuntamente para cumplir nuestros objetivos y los suyos.

4.1.3 Antecedentes

La empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” inicia sus actividades un 21 de mayo del año 2005, con el diseñador y comunicador Leonardo Enrique Ibarra como gerente propietario, la cual estuvo ubicada en la calle Pedro León Donoso y Mideros, Ciudadela Alborada en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, contando con tan solo cuatro clientes pero desde ya se tenía una clara voluntad de ofrecer conocimiento, creatividad y flexibilidad, todo ello unido a una ejecución exquisita de los trabajos. Ofreciendo diseños a pequeñas, medianas empresas y a personas naturales este fue su inicio.

Con el transcurrir de los años “Bectro Diseño Publicidad & Medios” ha mejorado e innovando sus productos, ideas y servicio para el mejor desempeño de la empresa y satisfacción del cliente tanto interno como externo que confía en nuestros conocimientos, para lo cual la empresa tuvo que trasladarse a un local más amplio ya que se incrementó maquinaria, tecnología, equipos y 10 colaboradores que están entre el personal administrativo, creativo, y obreros. La nueva instalación hasta la presente fecha está ubicada en la Avenida Jácome Clavijo y Av. Atahualpa local No 14 en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua.

En estos años, se ha incrementado nuevos productos como la realización de spot publicitarios, jingles, sesiones fotográficas, impresión y diagramación de libros, revistas, trípticos, folletos, dípticos, volantes, afiches, acordeones, gigantografías, vallas, publicidad móvil, stands para ferias, diseño de páginas web, elaboración de la

marca de productos o imagen corporativa de la empresa, pop publicitarios, inflables, ánforas, y entre otros productos publicitarios.

Misión

Ser generadores de soluciones integrales en comunicación, promoviendo los estándares profesionales creativos, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, con relación a los productos y servicios, brindando experiencia, responsabilidad y competitividad que caracteriza a nuestra organización.

Visión

Convertir a nuestra empresa para el año 2022 en líder en la industria de la comunicación publicitaria, dando a nuestros clientes los más altos estándares de calidad y servicio a nivel regional, desarrollando y manteniendo prácticas profesionales en la industria del diseño y publicidad para así ser preferida por las principales empresas de la región.

4.1.4 Objetivos institucionales

4.1.4.1 Objetivo general

Ofrecer el servicio de diseño y publicidad a nuestros clientes para satisfacción de sus necesidades y desarrollo de sus empresas, además nuestro objetivo es crear las más atractivas formas visuales de comunicación.

4.1.4.2 Objetivos Específicos

- Implementar las últimas tendencias del diseño gráfico.
- Desarrollar diseños exclusivos.
- Elevar el nivel de calidad de nuestros servicios y productos.

Productos y servicios que ofrece la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”

Servicio

- Branding
- Estudio de marca
- Diseño de logotipo
- Diseño de papelería
- Diseño de etiquetas
- Diseño de productos
- Diseño de catálogos
- Diseño de folletos
- Diseño de cartelera
- Diseño de anuncios publicitarios
- Diseño de invitaciones personalizadas
- Diagramación
- Ilustraciones
- Fotografía de estudio
- Fotografía de producto
- Fotografía de alimentación
- Fotografía exterior
- Recorrido fotográfico de instalaciones
- Retoque y edición de imágenes

Productos

- Rotulación
- Construcción de vallas publicitarias
- Material pop
- Señalización industrial en Sintra o tol
- Impresión en vinilos
- Impresión en lonas
- Impresión en papelería

- Roll up
- Vasos publicitarios
- Letras en acrílicas
- Letras en madera
- Trípticos
- Dípticos
- Afiches
- Banners

4.1.5 Valores Axiológicos

Tabla 35: Matriz axiológica

Involucrados	Gerente	Empleados	Clientes	Proveedores	Sociedad
Honestidad			x	x	
Puntualidad	x	x	x		
Confianza	x	x		x	
Confidencialidad	x				
Transparencia	x	x	x	x	
Pulcritud	x	x	x		
Respeto	x	x		x	
Responsabilidad	x		x		

Fuente: Empresa Bectro Diseño Publicidad & Medios

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

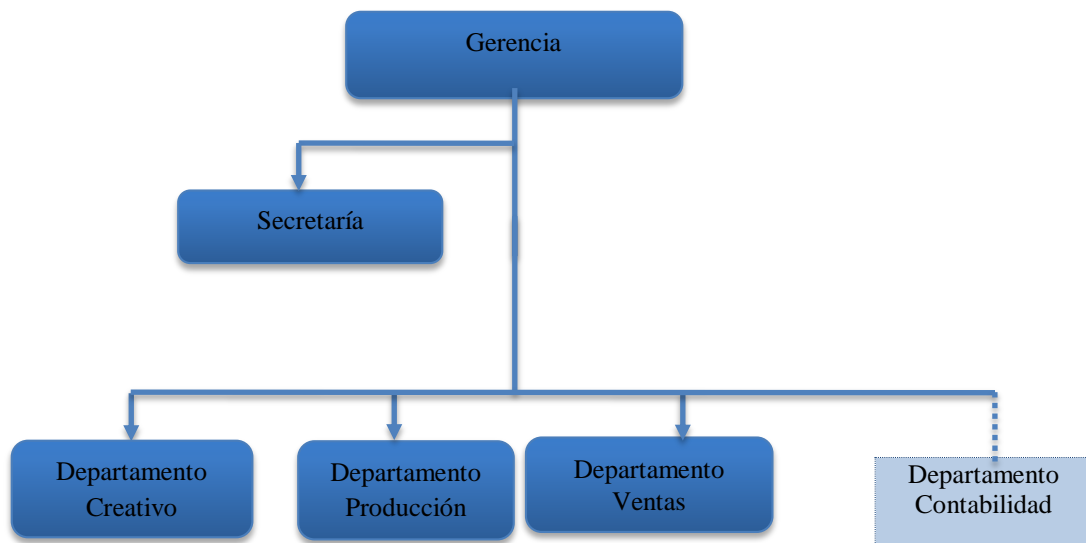
Valores Institucionales

Los valores de nuestra empresa se implementaron mediante una reunión con varios integrantes de la empresa son:

- Honestidad
- Puntualidad
- Confianza
- Confidencialidad

- Transparencia
- Pulcritud
- Respeto
- Responsabilidad


Gráfico 34: Organigrama de la empresa “BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS”



Fuente: Empresa Bectro Diseño Publicidad & Medios
Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

4.1.6 Manual de funciones y procesos


Tabla 36: Funciones del gerente

	MANUAL DE FUNCIONES
Identificación del Cargo	
Nombre del Cargo: Gerente	
Dependencia: Área de Gerencia	
Número de Cargos: Uno (1)	
NATURALEZA DEL PUESTO	
Su objetivo es el dirigir, coordinar, administrar y controlar las actividades administrativas, financieras y comerciales de la empresa. Así como el de resolver asuntos que requieran su intervención.	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none">– Dirigir al personal de la empresa.– Controlar y autorizar la adquisición de bienes o servicios que la empresa requiere.– Planear y desarrollar metas a mediano y largo plazo, junto con los objetivos anuales en cada una de las áreas de la empresa.– Representar a la empresa frente a los clientes, proveedores y demás colaboradores de la empresa.– Administrar la empresa de forma óptima, para que se cumplan las metas establecidas.– Evaluar el desempeño y cumplimiento de los objetivos de cada área de la empresa.– Pagar a proveedores y personal de la empresa.	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)


Tabla 37: Funciones de la secretaria

	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>Identificación del Cargo</p>	
<p>Nombre del Cargo: Secretaria</p>	
<p>Dependencia: Área Administrativa</p>	
<p>Número de Cargos: Uno (1)</p>	
<p>Reporta a (Nombre del cargo): Gerente</p>	
<p>Objetivo Principal</p>	
<p>Asistir y apoyar en las labores y actividades propias del trabajo secretarial relacionadas con gerencia y con todas las áreas de la empresa.</p>	
<p>Funciones</p>	
<ul style="list-style-type: none"> – Elaborar los informes solicitados por gerencia. – Recepcionar, clasificar y registrar la correspondencia que ingrese y egrese en la empresa. – Tomar dictados, digitar y redactar documentos. – Efectuar el seguimiento de la documentación enviada. – Mantener en forma reservada los asuntos de la empresa. – Informar diariamente al gerente sobre pendientes relacionados con la empresa. – Preparar documentos de respuesta a la correspondencia. – Revisar documentos dirigidos al gerente general. – Realizar proformas. – Apoyar a las demás áreas de la empresa. – Cuidar la adecuada presentación de la oficina. 	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)


Tabla 38: Funciones del diseñador

	MANUAL DE FUNCIONES
Identificación del Cargo	
Nombre del Cargo: Diseñador	
Dependencia: Área Creativa	
Número de Cargos: Uno (1)	
Reporta a (Nombre del cargo): Gerente	
Objetivo Principal	
Realizar el diseño de ilustraciones estructurando e implementando la creatividad e innovación de los diseños e imágenes requeridas.	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none">– Diseña ilustraciones y publicidad en general.– Toma las ideas verbales de los clientes para desarrollarlos de manera creativa.– Elabora bocetos y otras artes gráficas.– Revisa y resguarda los documentos referentes a los diseños realizados para la empresa.– Suministra información técnica al usuario, en cuanto al diseño para publicidades.– Lleva el registro del material producido.– Mantiene en orden su trabajo tanto digital como físico.	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)


Tabla 39: Funciones del operador

	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>Identificación del Cargo</p>	
<p>Nombre del Cargo: Operador</p>	
<p>Dependencia: Área de Producción</p>	
<p>Número de Cargos: Uno (1)</p>	
<p>Reporta a (Nombre del cargo): Gerente</p>	
<p>Objetivo Principal</p>	
<p>Realizar el trabajo de impresión y acabados finales con excelencia con el fin de satisfacer al usuario brindando un trabajo de alto nivel.</p>	
<p>Funciones</p>	
<ul style="list-style-type: none"> – Mantener ordenado el lugar de trabajo. – Imprimir Diseños digitales en papel, lonas o PVC. – Recortar el material. – Pegar en sintra. – Instalación de vallas publicitarias. – Arma roll up. – Dar manteamiento a la maquinaria. – Pegar en vinilos. – Instalar rótulos. – Instalación de vinil y microperforados – Mantenimiento de totems. 	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)


Tabla 40: Funciones del vendedor

	MANUAL DE FUNCIONES
Identificación del Cargo	
Nombre del Cargo: Vendedor	
Dependencia: Área de Ventas	
Número de Cargos: Uno (1)	
Reporta a (Nombre del cargo): Gerente	
Objetivo Principal	
Su objetivo es de cumplir con las metas de ventas determinadas por la empresa, planeando, ejecutando, controlando y generando estrategias de venta proporcionando así nuevas y mejores oportunidades para la empresa.	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none">– Planear las actividades de este campo.– Dar seguimiento a las actividades de venta.– Ejecutar y controlar los planes comerciales de la empresa.– Negociar personalmente los contratos con clientes.– Buscar clientes.– Archivar cartera de clientes.	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)


Tabla 41: Funciones del contador

	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p>
<p>Identificación del Cargo</p>	
<p>Nombre del Cargo: Contador</p>	
<p>Dependencia: Área Financiera</p>	
<p>Número de Cargos: Uno (1)</p>	
<p>Reporta a (Nombre del cargo): Gerente</p>	
<p>Objetivo Principal</p>	
<p>Su objetivo es de administrar, clasificar, registrar, analizar e interpretar correctamente la información financiera de la empresa.</p>	
<p>Funciones</p>	
<ul style="list-style-type: none"> – Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de la empresa. – Preparar y presentar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional. – Asesorar a la gerencia en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas. – Elaboración de cheques para el pago a trabajadores proveedores y servicios. – Verificar que las facturas recibidas contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas llevar mensualmente los libros generales de compras y ventas mediante el registro de facturas emitidas y recibidas al fin de realizar la declaración del IVA. 	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Tabla 42: Procesos del gerente

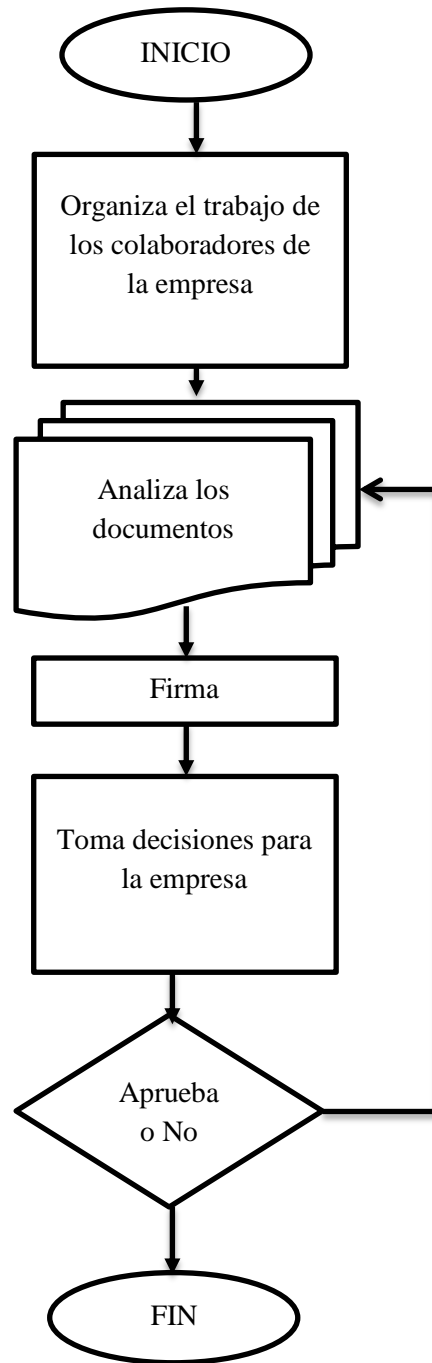
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
Identificación del Cargo	
Nombre del Cargo: Gerente	
Dependencia: Área de Gerencia	
Número de Cargos: Uno (1)	
Reporta a (Nombre del cargo):	

N°	PROCEDIMIENTOS DE GESTIÓN
1	Planeación para determinar los objetivos a cumplir
2	Organiza el trabajo entre los miembros del grupo
3	La ejecución poner en practica la filosofía de participación.
4	El control de las actividades para controlar y evaluar los resultados.
5	Propone el mejoramiento de los resultados.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 35: Flujograma de procedimientos del gerente



Fuente: Investigación
Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Tabla 43: Procesos de la secretaria



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Identificación del Cargo

Nombre del Cargo: Secretaria

Dependencia: Área Administrativa

Número de Cargos: Uno (1)

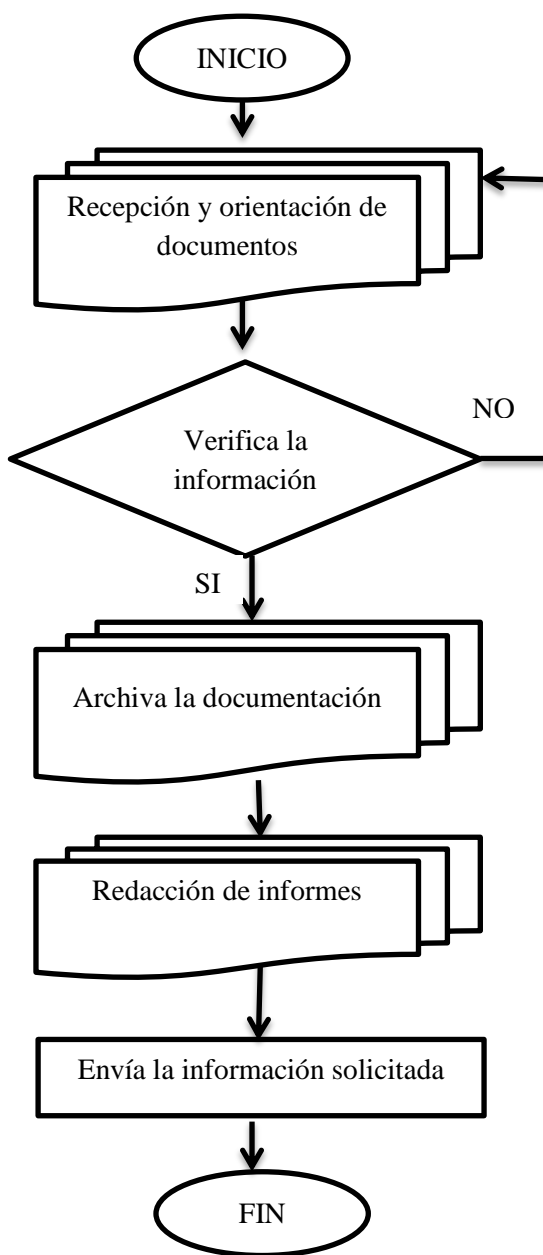
Reporta a (Nombre del cargo): Gerente

N°	PROCEDIMIENTOS PARA RECEPTAR DOCUMENTACIÓN
1	Recibe información como documentación.
2	Verifica la información
3	Archiva la información.
4	Contesta la documentación recibida.
5	Envía información solicitada

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 36: Flujograma de procedimientos de la secretaria



Fuente: Investigación
Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Tabla 44: Procesos del diseñador



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Identificación del Cargo

Nombre del Cargo: Diseñador

Dependencia: Área Creativa

Número de Cargos: Uno (1)

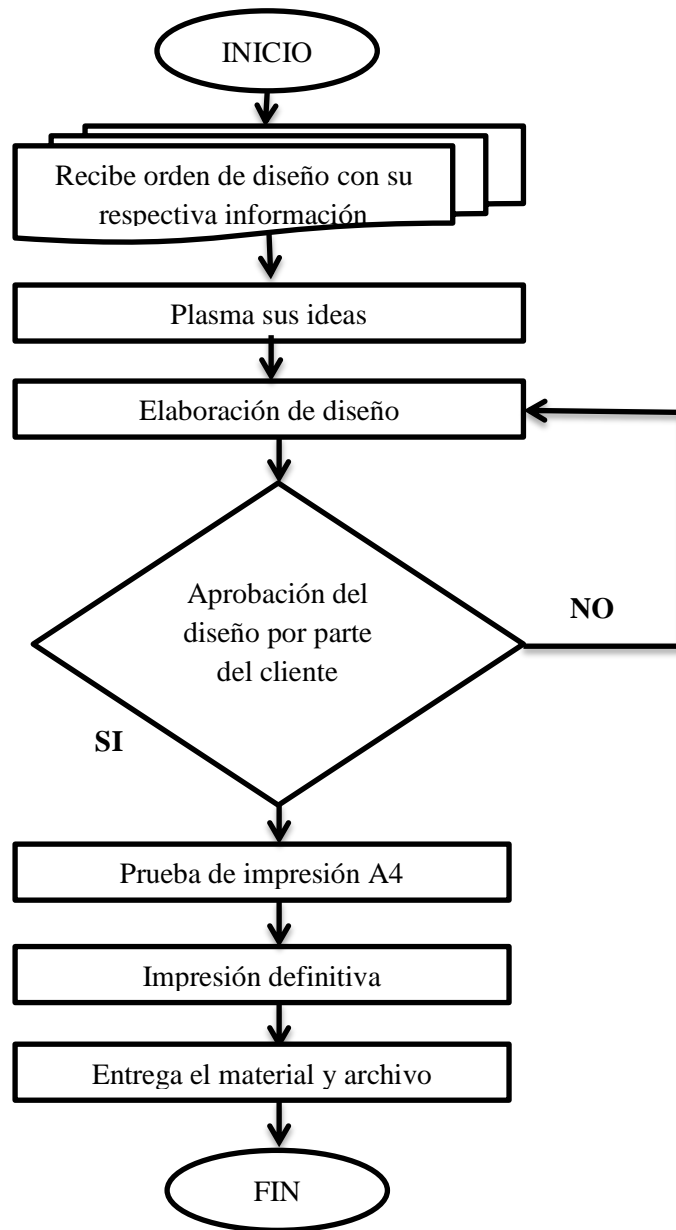
Reporta a (Nombre del cargo): Gerente

Nº	PROCEDIMIENTOS PARA DISEÑAR
1	Recibe la solicitud sea física o verbal para plasmar el servicio.
2	Pide información necesaria para el diseño.
3	Revisa el material, sugiere recomendaciones en caso de ser necesario.
4	Elabora el diseño según el requerimiento del cliente.
5	Coordina la cita para la revisión del diseño.
6	Realiza correcciones en caso de haberlas.
7	Emite el visto bueno.
8	Elabora la prueba de impresión A4 o impresión definitiva.
9	Entrega el material y lo archiva.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 37: Flujograma de procedimientos del diseñador



Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Tabla 45: Procesos del operador



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Identificación del Cargo

Nombre del Cargo: Operador

Dependencia: Área de Producción

Número de Cargos: Uno (1)

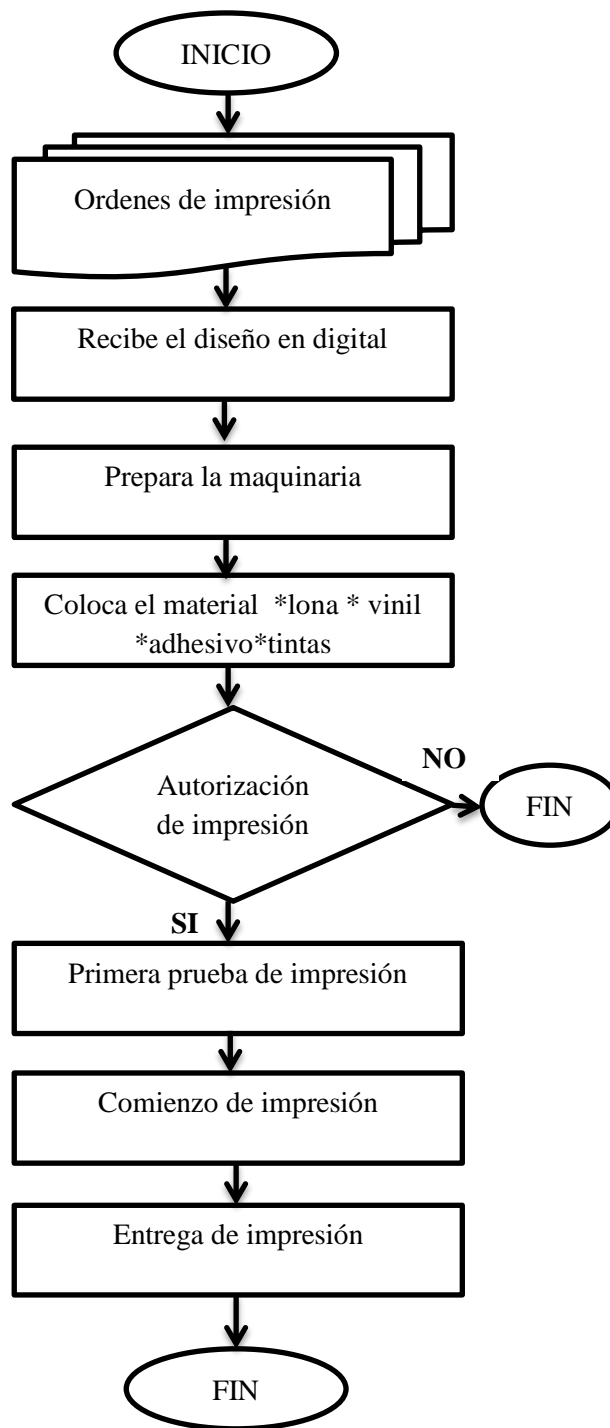
Reporta a (Nombre del cargo): Gerente

N°	PROCEDIMIENTOS PARA IMPRIMIR
1	Recibe la orden de impresión
2	Recibe el digital del diseño
3	Prepara la maquinaria verificando que este en óptimas condiciones
4	Coloca el material lona, adhesivo, vinil entre otros
5	Procede con la impresión
6	Realiza el corte del material
7	Procede a pegar, armar, sellar, doblar, plastificar según sea el requerimiento

Fuente: Investigación


Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Gráfico 38: Flujograma de procedimientos del operador



Fuente: Investigación
Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Tabla 46: Procesos del vendedor

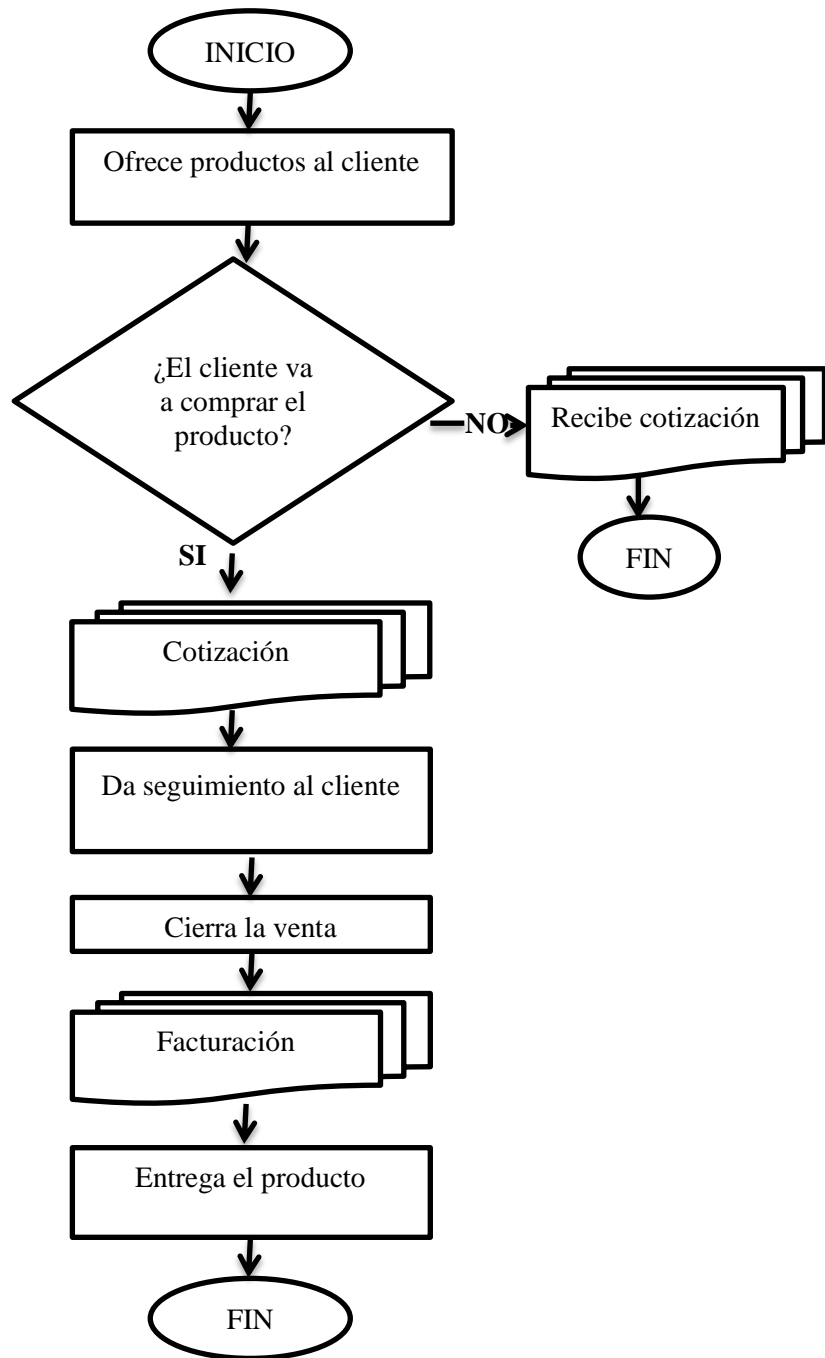
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
Identificación del Cargo	
Nombre del Cargo: Vendedor	
Dependencia: Área de Ventas	
Número de Cargos: Uno (1)	
Reporta a (Nombre del cargo): Gerente	

N°	PROCEDIMIENTOS VENTAS
1	Analiza y ofrece el producto al cliente
2	Recopila información acerca del cliente
3	Entrega cotizaciones
4	Da seguimiento a su cliente
5	Procede a cerrar la venta
6	Realiza la factura
7	Entrega el producto

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)


Gráfico 39: Flujograma de procedimientos del vendedor



Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Tabla 47: Procesos del contador

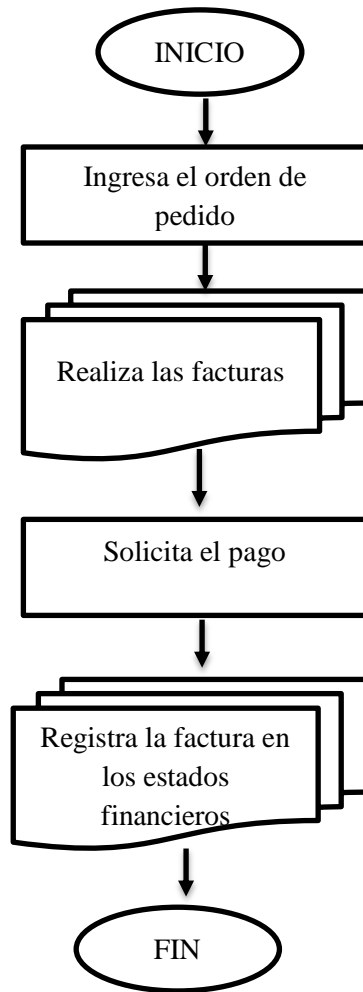
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
Identificación del Cargo	
Nombre del Cargo: Contador	
Dependencia: Área Financiera	
Número de Cargos: Uno (1)	
Reporta a (Nombre del cargo): Gerente	

N°	PROCEDIMIENTOS
1	<p style="text-align: center;">Manejo de la información contable</p> <ul style="list-style-type: none"> – Recopilar, organizar, digitar y generar informes de toda la información contable. – Organizar, analizar y codificar toda la información contable. – Mantener un perfecto orden y archivo todos los documentos. – Debe analizar, interpretar y certificar los estados financieros de la empresa.
2	<p style="text-align: center;">Procedimientos para cobro en ventanilla</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ingresa el orden de pedido – Realiza e ingresa la factura – Solicita el pago – Registra la factura en los estados financieros
3	<p style="text-align: center;">Actualización de informes financieros</p> <ul style="list-style-type: none"> – Programar y elaborar los cheques para pagos. – Informar diariamente los ingresos y egresos.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)


Gráfico 40: Flujograma de procedimientos de cobro del contador



Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

4.1.7 Políticas de pago

	<p style="text-align: center;">Políticas de pago a proveedores “Bectro Diseño Publicidad & Medios”</p>
---	---

Objetivo:

Preservar las buenas relaciones con los proveedores de acuerdo con los requerimientos de control interno a través del cumplimiento de las condiciones establecidas.

Política de pago a proveedores:

La empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” establece la siguiente política de pago a proveedores:

- El control, manejo, aprobación y programación de pagos está a cargo del gerente propietario.
- Se hará pagos de acuerdo con los plazos establecidos con los proveedores, en la actualidad tenemos acuerdos a 15, 30, y 60 días contados a partir de la fecha del recibo de su factura.
- Los pagos se realizará todos los días viernes en horario de oficina.
- Los pagos se realizarán en cheque y en efectivo
- Los proveedores que no retiraron su pago en el día acordado, podrán retirar su efectivo o cheque únicamente el viernes de la siguiente semana.
- La fecha de la factura debe tener vigencia de un mínimo de 15 días para proceder con la cancelación.

Pago a empleados

	<p style="text-align: center;">Políticas de pago a empleados “Bectro Diseño Publicidad & Medios”</p>
---	---

Objetivo:

Preservar las buenas relaciones con los empleados de acuerdo con los requerimientos de control interno a través del cumplimiento de las condiciones establecidas.

- Los pagos a empleados se efectúan quincenalmente, inmediato anterior cuando estas fechas correspondan a días de descanso o festivos.
- El salario se paga en efectivo.
- El salario se paga dentro de la empresa solamente a través del gerente o secretaria.




Cartera de clientes de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”

- Acería Del Ecuador C.A. Adelca
- Ecuatorianos Para El Hogar S.A Artefacta
- Aseguradora Del Sur C.A.
- Banco De Machala S.A. Sucursal Ambato
- Banco Del Austro - Sucursal Ambato
- Banco Internacional S. A.
- Banco Pichincha C.A.
- Banco Procredit S.A.
- Coop. De Ahorro Y Crédito Cámara De Comercio De Ambato
- Coop. De Ahorro Y Crédito Mushuc Runa
- Coop. De Ahorro Y Crédito San Francisco Ltda.
- Gad. Municipalidad De Ambato
- Gad. Municipalidad De Mocha
- Gad. Municipalidad De Pelileo
- Gad. Municipalidad De Quero
- Gad. Municipalidad De Tisaleo
- Grupo Ferretero Ching
- Hotel Sangay
- Iglesia Cristiana Dios Con Nosotros
- Iglesia Cristiana La Gloria De Dios
- Importadora Comercial Mario Garcés Magio Cia. Ltda.
- Joyería Y Relojería Sierra Enríquez
- La Casa Del Computador
- Librería Las Américas
- Librería Oviedo
- Librería Santo Domingo
- Mies (ver anexo 5)

Fuente: Investigación


Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

	Proveedores de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”
---	--

<ul style="list-style-type: none"> – Produpelma – Expomedios – Gloss – Creart – Escribe – Punto Clave – Acrilic – Axma
--

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

	Estimación de ingresos y egresos de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”
--	---

N°	Mes	Ingresos	Egresos
1	Mayo	10539.34	8108,00
2	Junio	12699,00	8654.98
3	Julio	10278.06	8790,00
4	Agosto	9930.45	10599.90
5	Septiembre	9976,00	8529.11
6	Octubre	9981.05	7897.41

Total ingresos	Total egresos
54.413,90	52.579.40

Fuente: Investigación

Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

La propuesta del presente trabajo de investigación consiste en diseñar un reglamento interno y un código de ética ya que estos van de la mano por ser normas para los integrantes de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” la misma que servirá como una guía para el mejoramiento de la cultura organizacional.



*PROPUESTA DE UN REGLAMENTO
INTERNO Y CÓDIGO DE ÉTICA DE LA
EMPRESA BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD
& MEDIOS*

4.2.1 Reglamento interno de la empresa “BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS”

La empresa “BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS”, legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2° del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código de Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y con carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

CAPITULO I

GENERALIDADES

ARTÍCULO 1.- BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS., tiene su domicilio principal en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua y su actividad es la prestación de servicios especializados en temas de publicidad, branding, diagramación, e impresión de artes finales.

En el presente Reglamento Interno de Trabajo a la compañía BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS., se la podrá denominar simple e indistintamente como la “EMPRESA”; y, a los trabajadores, todo el personal de empleados al servicio de BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS., que desempeñen sus labores en cualquier departamento, sección o área de la empresa, se los podrá denominar simple e indistintamente como los “Trabajadores”, y de manera singular como el “Trabajador”.

ARTÍCULO 2.- Obligatoriedad: Es obligación de la empresa procurar por todos los medios, con la colaboración de sus trabajadores, la prosperidad de la misma y su permanencia como fuente de trabajo. Todo trabajador de la empresa está sujeto a la observación de este reglamento y obligado a su cumplimiento; su violación determinará las sanciones establecidas en él y en la Ley. El desconocimiento de su contenido no es,

por lo tanto, causa que se pueda invocar ni motivo que excuse su acatamiento por parte de ningún trabajador.

ARTÍCULO 3.- Autoridad y Políticas: Al Gerente Propietario le corresponde ejercer los derechos que el Código de Trabajo concede a los patronos, toda vez que actúa como representante legal de la empresa. La empresa pondrá en conocimiento de los trabajadores las políticas internas que regulan y controlan las actividades del negocio. El cumplimiento de las políticas internas de la empresa es obligatorio por parte de los trabajadores.

ARTÍCULO 4.- Variación en la modalidad de prestación de tareas.- Con excepción de los cargos que requieran de especialización o conocimientos técnicos, todos los trabajadores están conscientes de que son contratados para el servicio general de la empresa, en consecuencia pueden trabajar en cualquiera de los departamentos o áreas donde les asigne su superior y según las variaciones de las modalidades de prestación de las tareas que dispusiere la empresa o sus representantes, en razón de las facultades que éstos tienen de acuerdo con las necesidades de la empresa, dentro de la respectiva ocupación por la que el trabajador es contratado, sin que este hecho implique disminución de sueldo, categoría, o que pueda interpretarse como que se exige al trabajador ejecutar una labor distinta a la convenida o como despido intempestivo.

Lo dispuesto en el presente artículo, tiene por objeto preparar a los trabajadores para que éstos adquieran experiencia y se capaciten en las diferentes actividades que les corresponda, a objeto de poder reemplazar a compañeros de otras áreas cuando por alguna circunstancia, éstos no pudieren ejecutar su labor. Cuando se presente una vacante, primero se buscará el reemplazo de entre los trabajadores presentes, siempre que el candidato interno se ajuste al perfil determinado por la empresa para el cargo vacante.

ARTÍCULO 5.- Determinación del trabajo: Las funciones que se asignen a un trabajador, serán de exclusivo criterio del Jefe Inmediato, para lo cual, se basará en la apreciación de la capacidad, conocimientos técnicos y a la experiencia que en cada caso demuestre el trabajador.

CAPITULO II

DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

ARTÍCULO 6.- Se considera empleados o trabajadores de la empresa BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS a las personas que por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

ARTÍCULO 7.- La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado.

Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

ARTÍCULO 8.- El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones inherentes al puesto, en forma previa a la suscripción del contrato correspondiente, deberá llenar un formulario de “datos personales del trabajador”; entre los cuáles se hará constar la dirección de su domicilio permanente, los número telefónicos (celular y fijo) que faciliten su ubicación y números de contacto referenciales para prevenir inconvenientes por cambios de domicilio.

Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- a) Hoja de vida actualizada.
- b) Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- c) Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; certificado de votación.
- d) Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.
- e) Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.
- f) Dos fotografías actualizadas tamaño carné.
- g) Certificados de trabajo y honorabilidad.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

ARTÍCULO 9.- Los aspirantes o candidatos deberán informar al momento de su contratación si son parientes de trabajadores de la Empresa, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

ARTÍCULO 10.- Si para el desempeño de sus funciones, el trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía o clientes, deberá firmar el acta de recepción y descargo que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; debiendo devolverlos a la empresa, al momento en que se lo solicite o de manera

inmediata por conclusión de la relación laboral; la empresa verificará que los bienes presenten las mismas condiciones que tenían al momento de ser entregados al trabajador, considerando el desgaste natural y normal por el tiempo. La destrucción o pérdida por culpa del trabajador y debidamente comprobados, serán de su responsabilidad directa.

CAPÍTULO III

DE LOS CONTRATOS

ARTÍCULO 11.- CONTRATO ESCRITO.- Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta días contados a partir de la fecha de suscripción.

ARTÍCULO 12.- PERIODO DE PRUEBA.- Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código del Trabajo.

ARTÍCULO 13.- TIPOS DE CONTRATO.- De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

CAPITULO IV

CONDICIONES DEL TRABAJO

ARTICULO 14.- Duración de la Jornada: Todos los trabajadores darán cumplimiento al horario de trabajo, es decir 8 horas diarias 40 horas a la semana de lunes a viernes, el resto de horas trabajadas deben sujetarse a lo que establece la ley, es decir descanso compensado y pago de horas con el recargo de ley que corresponde.

El horario de trabajo para los empleados de la empresa BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS es de Lunes a Viernes desde las 09h00 hasta las 13h30, y de 15h00 a 18h30, con una hora y media de almuerzo.

Sin exceder las horas fijadas de conformidad con la Ley y el presente Reglamento, por la naturaleza propia de sus actividades, las horas de trabajo en la empresa BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS, podrán ser distribuidas de conformidad a las necesidades que se presenten, bajo la responsabilidad del Superintendente de Campo.

Todos los trabajadores se comprometen a trabajar aceptando las modificaciones que se presentaren por alguna causa imprevista. Los horarios de trabajo serán aprobados por la Dirección Regional del Trabajo de Ambato.

Queda entendido que el horario señalado corresponde al tiempo efectivo de iniciación y finalización de labores, por lo tanto, los trabajadores deberán estar puntualmente en sus puestos de trabajo, listos para iniciar sus labores a la hora indicada. Se destinará una hora y media para el lunch (almuerzo) como máximo. Cualquier tiempo adicional que no fuere debidamente justificado al Jefe inmediato, será considerado como falta leve y sujeto a una amonestación escrita.

ARTICULO 15.- Prueba de las faltas de puntualidad: Las faltas reiteradas de puntualidad, por más de tres ocasiones, establecidas en los correspondientes registros de control, dentro de un mismo mes de labor, serán consideradas como prueba en la solicitud de Visto Bueno ante la autoridad competente, El horario de ingreso y salida de los trabajadores deberá ser registrado.

ARTÍCULO 16.- Prueba de las faltas de asistencia: Las faltas reiteradas de asistencia al trabajo, por más de tres ocasiones en un mismo mes de labores, establecidas mediante los correspondientes registros de control, serán legalmente consideradas como prueba en la solicitud de Visto Bueno ante la autoridad competente.

ARTÍCULO 17.- Uso indebido del sistema de identificación: Queda terminantemente prohibido alterar el sistema de identificación correspondiente, para beneficiar a un trabajador, a efecto de registrar la entrada y/ o salida en el sistema de control, o para

cualquier otro propósito. El incumplimiento constituye falta grave, tanto para el infractor como para el beneficiario de dicha transgresión.

ARTÍCULO 18.- De las horas suplementarias o extraordinarias: La empresa reconocerá horas suplementarias o extraordinarias para aquellos trabajadores, que de acuerdo con las necesidades de la empresa, realicen tareas operativas fuera de la jornada ordinaria de trabajo, en fines de semana o feriados.

ARTÍCULO 19.- Autorización: Ningún trabajador de la empresa podrá realizar trabajos en horas suplementarias o extraordinarias sin la autorización expresa del Gerente Propietario.

Cualquier trabajo suplementario o extraordinario efectuado sin la autorización correspondiente, no será reconocido por la empresa, salvo el caso de peligro inminente para la vida de los trabajadores o para la integridad de los bienes de la empresa, lo que deberá comunicarse posteriormente, pero de manera urgente a su superior, para su aprobación.

ARTÍCULO 20.- Funciones de Confianza: Se considerará como Jornada Ordinaria aun cuando supere las ocho horas diarias y cuarenta semanales, la de aquellos trabajadores que ejercen funciones de confianza o dirección, y quienes en cualquier forma representen al empleador o haga sus veces, o estén inmersos en lo contemplado en el artículo 58 del Código de Trabajo. Se hará constar en el contrato de trabajo celebrado con el trabajador las funciones de confianza.

ARTÍCULO 21.- Permisos de trabajo: El Trabajador no podrá salir del lugar de trabajo durante horas hábiles sin permiso de su jefe inmediato. Los permisos serán concedidos por enfermedad, calamidad doméstica y en los casos permitidos por la Ley o a criterio del superior, previo comunicación por escrito al Jefe inmediato.

La empresa se reserva el derecho de conceder o negar los permisos solicitados, tomando en cuenta las causas que lo motivan y las necesidades de trabajo.

ARTÍCULO 22.- En caso de ausencia, el trabajador solicitará el permiso correspondiente al gerente. Si se trata de una emergencia el trabajador se comunicará con LA EMPRESA, antes que su horario de trabajo empiece, para justificarse en debida forma y para que se programen las medidas de remplazo de las actividades pendientes.

ARTÍCULO 23.- De conformidad con el Art. 42 del Código de Trabajo, LA EMPRESA, concederá permiso remunerado en los siguientes casos:

1.- Por enfermedad no profesional o común debidamente justificada y atendida por un profesional de la salud, el contrato se suspende durante ella y empleador está obligado a recibirlo nuevamente cuando recupere su salud, siempre y cuando la enfermedad no excediere de un año.

En este caso el trabajador tendrá derecho al 100% de la remuneración durante los tres primeros días, que será pagado por el empleador; a partir del cuarto día, el IESS le pagará el subsidio en relación con su remuneración, de acuerdo a la legislación vigente.

En caso de enfermedad, el trabajador deberá remitir el correspondiente certificado médico emitido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social o el certificado particular validado por el IESS, dentro de los tres días subsiguientes a la falta.

Con excepción del caso previsto en el numeral 30 del Art. 42 del Código de Trabajo (conceder 3 días de licencia con remuneración completa al trabajador, en caso de fallecimiento de su cónyuge o de su conviviente en unión de hecho o de sus parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o afinidad) y de los permisos autorizados por LA EMPRESA, única y exclusivamente con la comprobación satisfactoria de ser motivadas por calamidad doméstica o fuerza mayor, todas las demás ausencias al trabajo serán sin pago.

La obtención de permiso por parte del empleado mediante justificaciones o certificados falsos, alterados o que fueren fruto de engaño será falta grave al Reglamento Interno de Trabajo para los efectos de ley y el presente reglamento y dará derecho a LA EMPRESA de dar por terminado el contrato como lo dispone el Art. 172 del Código de Trabajo, previo Visto Bueno de la autoridad de trabajo.

2.- Sufragio

3.- Con autorización expresa del Gerente

4.- Por calamidad doméstica o fuerza mayor

5.- Por maternidad durante un período de 12 semanas percibirá el 25% de su remuneración y la diferencia será pagada por el IESS según las disposiciones legales pertinentes.

6.- Por paternidad durante un periodo de 10 días por el nacimiento de su hija o hijo cuando el nacimiento sea por parto normal, en los casos de nacimientos múltiples o por cesárea se prolongará por 5 días más. En los casos de que la hija o hijo haya nacido prematuro o en condiciones de cuidado especial, se prolongará la licencia por paternidad con remuneración, por ocho días más y cuando la hija o hijo haya nacido con una enfermedad, degenerativa, terminal o irreversible, o con un grado de discapacidad severa, el padre podrá tener una licencia con remuneración por veinte y cinco días, hecho que se justificará con la presentación de un certificado médico otorgado por un facultativo del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, y, a falta de éste, por otro profesional.

7.- Por enfermedad profesional y accidente de trabajo, entendiéndose enfermedad profesional a la afección aguda o crónica causada de una manera directa por el ejercicio de la profesión o labor que realiza el trabajador y que le produce incapacidad y se denomina accidente de trabajo al suceso imprevisto y repentino que causa al trabajador una lesión corporal o una perturbación funcional.

En estos casos, si el accidente o la enfermedad producen una incapacidad temporal, el contrato se suspende hasta que el trabajador pueda reintegrarse a sus labores; pero si la incapacidad se prolonga por más de un año se entenderá que la incapacidad es permanente y el contrato terminará.

Durante el tiempo de la incapacidad temporal o en el caso de la incapacidad definitiva, el trabajador tiene derecho a percibir las indemnizaciones y prestaciones legales correspondientes por parte del IESS si se cumple con las disposiciones legales pertinentes, caso contrario será el empleador quien se haga cargo del pago respectivo.

Sin sueldo: en los siguientes casos:

1. Asuntos personales; y, otros relacionados con las necesidades del trabajador que no tengan relación con sus funciones ni con su empleador.

ARTÍCULO 24.- PUNTUALIDAD: Todos los trabajadores se presentarán a prestar sus funciones con absoluta puntualidad. En razón de la actividad de la empresa, la puntualidad es indispensable, por lo que en caso de producirse un atraso, se procederá a tomar una acción disciplinaria.

Primera falta: amonestación verbal

Segunda falta: amonestación escrita

Tercera Falta: multa de hasta el 10% sobre su remuneración mensual.

La justificación de los atrasos de los trabajadores deberá resolverlo el Gerente, considerando siempre los principios de justicia, equidad e igualdad.

ARTÍCULO 25.- PUNTUALIDAD: Las faltas repetidas e injustificadas de puntualidad y atrasos en el mismo mes por más de tres días consecutivos, serán motivo para proceder de conformidad con la ley, esto es, el trámite de Visto Bueno para dar por terminada la relación de trabajo. Se considerará falta de puntualidad el hecho de llegar al lugar de trabajo con atraso, pasado la hora que se haya determinado para la entrada, o, no estar listo a la hora de inicio de trabajo.

ARTÍCULO 26.- REGISTRO DE ASISTENCIAS.-El trabajador deberá registrar su asistencia diariamente, tanto al ingreso, como a la salida y lo hará además a la salida al almuerzo y a su regreso del mismo.

Primera falta: amonestación verbal.

Segunda falta: amonestación escrita

Tercera falta: multa de hasta el 10% de su remuneración mensual.

El incumplimiento de esta disposición reglamentaria, será sancionada como falta disciplinaria grave, tanto por quien registre una asistencia ajena, cuanto por el titular que lo permita; de igual forma la tergiversación de esta información será considerada como falta disciplinaria grave y dará lugar a una imposición de una multa de hasta el 10% de la remuneración diaria o a la terminación de las relaciones laborales de acuerdo con el Art. 172 del Código de Trabajo previo Visto Bueno.

En el caso de los empleados que estén ausentes de las oficinas o lugar de trabajo por comisión de servicios o por enfermedad, el no registro deberá ser justificado debidamente por el jefe inmediato.

ARTÍCULO 27.- Peticiones y reclamos: Toda petición, reclamo o información individual será formulada directamente por el trabajador interesado, siguiendo el órgano regular, esto es, primero al Gerente General.

CAPÍTULO V

DE LAS VACACIONES

ARTÍCULO 28.- De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

ARTÍCULO 29.- Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por la Gerencia.

ARTÍCULO 30.- Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.
- b) El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

DE LAS LICENCIAS

ARTÍCULO 31.- Sin perjuicio de las establecidas en el Código del Trabajo, serán válidas las licencias determinados en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos.

Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- a.) Por motivos de maternidad y paternidad
- b.) Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
- c.) Para asistir a eventos de capacitación, debidamente autorizados por la Empresa.

CAPÍTULO VI

DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO

ARTÍCULO 32.- Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Gerencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

ARTÍCULO 33.- La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

ARTÍCULO 34.- La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

- a) Aportes personales del IESS;
- b) Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;
- c) Ordenados por autoridades judiciales.
- d) Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
- e) Multas establecidas en este Reglamento
- f) Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como tarjetas de comisariato, seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

ARTÍCULO 35.- Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde se le descontará todos los valores que esté adeudando a la

Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior.

ARTÍCULO 36.- Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

CAPÍTULO VII

ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA

ARTÍCULO 37.- Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa se acogerá al derecho previsto en el numeral 5 del artículo 172 del Código del Trabajo.

ARTÍCULO 38.- Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

CAPÍTULO VIII

LUGAR LIBRE DE ACOSO

ARTÍCULO 39.- Lugar De Trabajo Libre De Acoso.- La empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

- a) Crear un lugar de trabajo ofensivo;
- b) Interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
- c) Afectar el desempeño laboral; y,
- d) Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajador.

ARTÍCULO 40.- La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, en el caso de llevarse a cabo se constituirá causal de Visto Bueno. Se entenderá acoso sexual lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado.
- Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Interferir en el desempeño de labores de un individuo.
- Acoso verbal donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

ARTÍCULO 41.- Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Gerencia, para que se inicie las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria.

ARTÍCULO 42.- Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

ARTÍCULO 43.- Durante la Jornada de Trabajo diaria o cumpliendo funciones asignadas por la empresa, dentro o fuera del país, se establece como particular obligación de los trabajadores, observar disciplina. En consecuencia queda expresamente prohibido, en general, todo cuanto altere el orden y la disciplina interna.

CAPÍTULO IX

OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR

DE LAS OBLIGACIONES

ARTÍCULO 44.- Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones de la empresa BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS, las del Contrato de Trabajo, Código de Conducta y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:

1. Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Empresa; que no contravengan al presente reglamento y código de conducta.
2. Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, según consta en el Manual de Funciones, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia.
3. Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas que se hubieren impartido; y, cumplir estrictamente con las disposiciones impartidas por la Empresa o autoridades competentes, sin que en ningún caso pueda alegarse su incumplimiento por desconocimiento o ignorancia de la labor específica confiada.
4. Observar en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.
5. Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria, teléfono dentro de los cinco primeros días siguientes de tal cambio.
6. Presentarse al trabajo vestido o uniformado, aseado y en aptitud mental y física para el cabal cumplimiento de sus labores. Los trabajadores de oficina y los que deban atender al público, se sujetarán a las disposiciones de uso respectivas.

7. Velar por los intereses de la empresa BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS, y por la conservación de los valores, documentos, útiles, equipos, maquinaria, muebles, suministros, uniformes y bienes en general confiados a su custodia, administración o utilización. Y usarlos exclusivamente para asuntos de la compañía, o en caso de extrema emergencia para asuntos particulares.

8. En el caso de desaparición de cualquier herramienta, instrumento o equipo entregado al trabajador por parte de la Empresa, sea este de propiedad de BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS o de sus clientes, ésta procederá a su reposición a costo del trabajador. Cuando tal hecho se deba a su culpa, negligencia, o mala fe previamente comprobada.

9. En caso de enfermedad, es obligación del trabajador informar lo ocurrido al inmediato superior o representante legal de la compañía, se justificará las faltas, previa comprobación de la enfermedad, mediante el correspondiente certificado médico extendido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o por un Centro Médico autorizado por la empresa.

10. Guardar absoluta reserva respecto a la información confidencial, diseño de artes, comerciales, administrativos, e información del cliente sobre asuntos relacionados con su trabajo, y con el giro del negocio de la Empresa. Esta información confidencial o no pública, no debe ser revelada a nadie fuera de la Empresa, incluidos familiares y amigos, en el cual pueda existir conflicto de intereses.

11. Abstenerse de realizar competencia profesional con la Empresa o colaborar para que otros lo hagan, mientras dure la relación laboral.

12. Registrar su ingreso a la empresa en el sistema de control de asistencia, cuando el trabajador esté listo para empezar con sus labores, de igual forma al salir de su jornada de trabajo.

13. Cumplir con puntualidad con las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos por la compañía.

14. Una vez terminada la jornada laboral todo el personal deberá mantener bajo llave toda documentación correspondiente a datos confidenciales o reservados de la Empresa.

15. Desplazarse dentro o fuera de la ciudad y del país, de acuerdo con las necesidades de BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS para tal efecto la Empresa reconocerá los gastos de transporte, hospedaje y alimentación en que se incurra, según el Art. 42 numeral 22 del Código del Trabajo.

16. Asistir a cursos, seminarios, y otros eventos que se consideren necesarios, como parte de su entrenamiento y capacitación.

17. Todos los trabajadores deberán prestar esmerada atención a los clientes de la Empresa, con diligencia y cortesía, contestando en forma comedida las preguntas que le formulen.

18. Mantener los lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, así como los documentos, correspondientes, y todo el material usado para desempeñar su trabajo.

19. Devolver los bienes, materiales y herramientas que recibieren ya sean de propiedad del empleador o sus clientes, cuidar que estos no se pierdan, extravíen o sufran daños.

20. Sujetarse a las medidas de prevención de riesgo de trabajo que dicte la Empresa, así como cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad como el uso de aparatos y medios de protección proporcionados por las mismas.

21. Utilizar y cuidar los instrumentos de prevención de riesgos de trabajo, entregados por la Empresa, como: cinturones de protección para carga, entre otros.

22. Comunicar a sus superiores de los peligros y daños materiales que amenacen a los bienes e intereses de la Empresa o a la vida de los trabajadores, así mismo deberá comunicar cualquier daño que hicieren sus compañeros, colaborar en los programas de emergencia y otros que requiera la Empresa, independientemente de las funciones que cumpla cada trabajador.

23. Informar inmediatamente a sus superiores, los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daño a la Empresa.

24. En caso de accidente de trabajo, es obligación dar a conocer de manera inmediata al gerente de la Empresa, a fin de concurrir ante la autoridad correspondiente, conforme lo establece el Código del Trabajo.

25. Facilitar y permitir las inspecciones y controles que efectúe la Compañía por medio de sus representantes, o auditores.

26. Cumplir con la realización y entrega de reportes, informes que solicite la empresa en las fechas establecidas por la misma.

27. Firmar los roles de pago en todos sus rubros al percibir la remuneración o beneficio que sea pagado por parte de la Empresa.

DE LOS DERECHOS

ARTÍCULO 45.-Serán derechos de los trabajadores de la empresa BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS.

a) Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Empresa.

b) Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento.

c) Recibir ascensos o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Empresa.

d) Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.

e) Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.

f) Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra.

DE LAS PROHIBICIONES

ARTÍCULO 46.- A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del Código del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y Código de Conducta, y las determinadas por otras Leyes, está prohibido al Trabajador:

a) Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales o jurídicas que se consideren como competencia o que sean afines al giro de Empresa. El trabajador deberá informar al empleador cuando pueda presentarse este conflicto.

b) Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.

c) Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.

d) Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios designados.

e) Encargar a otro trabajador o a terceros personas la realización de sus labores sin previa autorización del gerente.

f) Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.

g) Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, pérdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.

h) Realizar durante la jornada de trabajo rifas o ventas; de igual manera atender a vendedores o realizar ventas de artículos personales o de consumo, se prohíbe realizar actividades ajenas a las funciones de la Empresa o que alteren su normal desarrollo; por lo que le está prohibido al trabajador, distraer el tiempo destinado al trabajo, en labores o gestiones personales, así como realizar durante la jornada de trabajo negocios o actividades ajenas a la Empresa o emplear parte de la misma, en atender asuntos personales o de personas que no tengan relación con la Empresa, sin previa autorización de la gerencia.

i) Violar el contenido de la correspondencia interna o externa o cualquier otro documento perteneciente a la Empresa, cuando no estuviere debidamente autorizado para ello.

j) Destinar tiempo para la utilización inadecuada del internet como bajar archivos, programas, conversaciones chat y en fin uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo.

k) Instalar software, con o sin licencia, en las computadoras de la Empresa que no estén debidamente aprobados por la Gerencias.

l) Divulgar información sobre técnicas, método, procedimientos relacionados con la empresa, redacción, diseño de textos, ventas, datos y resultados contables y financieros de la Empresa; emitir comentarios con los trabajadores y terceras personas en relación a la situación de la Empresa.

m) Divulgar información sobre la disponibilidad económica y movimientos que realice la Empresa, ningún trabajador de la misma, podrá dar información, excepto el personal de contabilidad que dará información únicamente a sus superiores.

- n) Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.
- o) Todo personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la Empresa previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente, sin perjuicio de otras acciones legales a que hubieren lugar.
- p) Utilizar en actividades particulares los servicios, dinero, bienes, materiales, equipos o vehículos de propiedad de la Empresa o sus clientes, sin estar debidamente autorizados por el jefe respectivo.
- q) Sacar bienes, objetos y materiales propios de la empresa o sus clientes sin la debida autorización por escrito del jefe inmediato.
- r) Queda terminantemente prohibida la violación de los derechos de autor y de propiedad intelectual de la compañía y de cualquiera de sus clientes o proveedores.
- s) Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, entre otros. Al interior de la Empresa.
- t) Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la Empresa y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la Empresa.
- u) Propiciar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la empresa o en el desempeño de su trabajo.
- v) Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.
- w) Ingerir o expender durante la jornada de trabajo, en las oficinas o en los lugares adyacentes de la empresa bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y

estupefacientes, u otros que alteren el sistema nervioso, así como presentarse a su trabajo bajo los efectos evidentes de dichos productos.

x) Ingerir alimentos o bebidas en lugares que puedan poner en peligro la calidad del trabajo o las personas.

y) Fumar en el interior de la empresa.

z) No cumplir con las medidas sanitarias, higiénicos de prevención y seguridad impartidas por la empresa y negarse a utilizar los aparatos y medios de protección de seguridad proporcionados por la misma, y demás disposiciones del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional.

aa) Portar cualquier tipo de arma durante su permanencia en la empresa que pueda poner en peligro la vida y seguridad de las personas y equipos con excepción de las personas que tengan autorización de la empresa.

bb) Ingresar televisores y cualesquier otro artefacto que pueda distraer y ocasionar graves daños a la salud y a la calidad del trabajo de la empresa sin la autorización por escrita de sus superiores.

cc) Ingresar a las dependencias de la compañía material pornográfico o lesivo, reservándose la compañía el derecho a retirar dicho material y sancionar al infractor.

dd) Alterar o suprimir las instrucciones, avisos, circulares o boletines colocados por la Empresa en los tableros de información, carteleras o en cualquier otro lugar.

ee) Permitir que personas ajenas a la Empresa permanezcan en las instalaciones de la misma, sin justificación ó causa para ello.

ff) Los beneficios concedidos al trabajador, que no constituyen obligación legal, son exclusivos para este y su cónyuge, y se extenderá a terceros por autorización escrita del empleador.

gg) Practicar juegos de cualquier índole durante las horas de trabajo

hh) Distraer su tiempo de trabajo en cosas distintas a sus labores, tales como: leer periódicos, revistas, cartas, ajenas a su ocupación así como dormir, formar grupos y hacer colectas sin autorización de las autoridades de la compañía.

ii) Propagar rumores que afecten al prestigio o intereses de la compañía sus funcionarios o trabajadores; así como no podrán reunirse sin autorización de los ejecutivos.

jj). Laborar horas suplementarias o extraordinarias sin previo orden expreso de sus superiores debidamente autorizado.

kk) Utilizar en beneficio propio los bienes dejados por los clientes.

CAPÍTULO X

DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO

ARTÍCULO 47.- A los trabajadores que contravengan las disposiciones legales o reglamentarias de la Empresa se les aplicará las sanciones dispuestas en el Código del Trabajo, Código de Conducta, las del presente reglamento y demás normas aplicables.

ARTÍCULO 48.- En los casos de inasistencia o atraso injustificado del trabajador, sin perjuicio de las sanciones administrativas que se le impongan, al trabajador se le descontará la parte proporcional de su remuneración, conforme lo dispuesto en el Código del Trabajo. En el caso que el trabajador se encuentre fuera de la ciudad, y no presente la justificación debida de las labores encomendadas, se procederá a descontar los valores cancelados por viáticos, transporte, entre otros.

ARTÍCULO 49.- Atendiendo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, a la reincidencia y de los perjuicios causados a la Empresa, se aplicará una de las siguientes sanciones:

- a) Amonestaciones Verbales;
- b) Amonestaciones Escritas;
- c) Multas, hasta el 10% de la remuneración del trabajador.
- d) Terminación de la relación laboral, previo visto bueno sustanciado de conformidad con la Ley.

DE LAS SANCIONES PECUNIARIAS - MULTAS

ARTÍCULO 50.- La amonestación escrita será comunicada al trabajador en persona, quien deberá suscribir la recepción del documento respectivo. En caso de negativa del trabajador a suscribir o recibir el documento de la amonestación, se dejará constancia de la presentación, y la firmará en nombre del trabajador su Jefe Inmediato, con la razón de que se negó a recibirla.

Las amonestaciones escritas irán al expediente personal del trabajador.

Las amonestaciones por escrito que se realicen a un mismo trabajador por tres veces consecutivas durante un periodo de noventa días, serán consideradas como falta grave.

ARTÍCULO 51.- La sanción pecuniaria es una sanción que será impuesta por el Gerente, se aplicará en caso de que el trabajador hubiere cometido faltas leves, o si comete una falta grave a juicio del Gerente General no merezca el trámite de Visto Bueno, constituirá en el descuento de una multa de hasta el 10% de la remuneración del Trabajador. La sanción pecuniaria no podrá superar el 10% de la remuneración dentro del mismo mes calendario, y en el caso de reincidencia se deberá proceder a sancionar al trabajador siguiéndole el correspondiente trámite de Visto Bueno.

ARTÍCULO 52.- La multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes casos:

1. Provocar desprestigio o enemistad entre los componentes de LA EMPRESA, sean directivos, funcionarios o trabajadores.
2. No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico.
3. Negarse a laborar durante jornadas extraordinarias, en caso de emergencia.
- 4.- Ejercer actividades ajenas a LA EMPRESA durante la jornada laboral.
5. Realizar reclamos infundados o mal intencionados.
6. No guardar la consideración y cortesía debidas en sus relaciones con el público que acuda a la Empresa.
7. No observar las disposiciones constantes en cualquier documento que LA EMPRESA prepare en el futuro, cuyo contenido será difundido entre todo el personal.
8. No registrar personalmente su asistencia diaria de acuerdo con el sistema de control preestablecido por la gerencia.

DE LAS FALTAS EN GENERAL

ARTÍCULO 53.- Las faltas son leves y graves, sin perjuicio de las multas a las que se refiere el artículo anterior.

DE LAS FALTAS LEVES

ARTÍCULO 54.- Se consideraran faltas leves:

- a) La reincidencia por más de tres veces en los casos que hayan merecido amonestación verbal dentro del mismo periodo mensual. La reincidencia que se refiere el presente literal será causal para una amonestación escrita.

- b) Excederse sin justificación en el tiempo de permiso concedido.

- c) La negativa del trabajador a utilizar los medios, recursos, materiales y equipos que le suministre la Empresa.

- d) Los trabajadores que durante el último periodo mensual de labor, hayan recibido tres amonestaciones escritas.

- e) Los trabajadores que no cumplieren con responsabilidad y esmero las tareas a ellos encomendados.

- f) La negativa de someterse a las inspecciones y controles, así como a los exámenes médicos y chequeos.

- g) Poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros. Si la situación de peligro se genere por hechos que son considerados faltas graves, se sancionarán con la separación del trabajador, previo visto bueno.

- h) Disminuir injustificadamente el ritmo de ejecución de su trabajo.

- i) El incumplimiento de cualquier otra obligación o la realización de cualquier otro acto que conforme otras disposiciones de este reglamento sea sancionada con multa y no constituya causal para sanción grave.

DE LAS FALTAS GRAVES

ARTÍCULO 55.- Son Faltas graves aquellas que dan derecho a sancionar al trabajador con la terminación del contrato de trabajo. Las sanciones graves se las aplicará al trabajador que incurra en las siguientes conductas, a más de establecidas en otros artículos del presente Reglamento, serán sancionados con multa o Visto Bueno dependiendo de la gravedad de la falta las siguientes:

- a) Estar incurso en una o más de las prohibiciones señaladas en el presente Reglamento, excepto en los casos en que el cometer dichas prohibiciones sea considerada

previamente como falta leve por la Empresa, de conformidad con lo prescrito en este instrumento.

b) Haber proporcionado datos falsos en la documentación presentada para ser contratado por la Empresa.

c) Presentar certificados falsos, médicos o de cualquier naturaleza para justificar su falta o atraso.

d) Modificar o cambiar los aparatos o dispositivos de protección o retirar los mecanismos preventivos y de seguridad adaptados a las máquinas, sin autorización de sus superiores.

e) Alterar de cualquier forma los controles de la Empresa sean estos de entrada o salida del personal, reportes o indicadores de ventas, cuentas por cobrar, indicadores de procesos de la empresa, etc.

f) Sustraerse o intentar sustraerse de la oficina la información de artes, dinero, materia prima, herramientas, material en proceso, producto terminado, información en medios escritos o magnéticos, documentos o cualquier otro bien.

g) Encubrir la falta de un trabajador.

h) No informar al superior sobre daños producto de la ejecución de algún trabajo, y ocultar estos trabajos.

i) Inutilizar o dañar materias primas, útiles, herramientas, máquinas, aparatos, instalaciones, edificios, enseres y documentos de la Empresa o clientes.

j) Revelar a personas extrañas a la Empresa datos reservados, sobre la tecnología, información interna de la Empresa, e información del cliente.

k) Dedicarse a actividades que impliquen competencia a la Empresa; al igual que ser socio, accionista o propietario de negocios iguales o relacionados al giro del negocio de empresa, ya sea por sí mismo o interpuesta persona, sin conocimiento y aceptación escrita por parte del Representante Legal.

l) Los malos tratos de palabra u obra o faltas graves de respeto y consideración a jefes, compañeros, o subordinados, así como también el originar o promover peleas o riñas entre sus compañeros de trabajo.

m) Causar accidentes graves por negligencia o imprudencia.

n) Por indisciplina o desobediencia graves al presente reglamento, instructivos, normas, políticas, código de conducta y demás disposiciones vigentes o que la Compañía dicte en el futuro.

o) Acosar u hostigar psicológica o sexualmente a trabajadores, compañeros o jefes superiores.

p) Por ineptitud en el desempeño de las funciones para las cuales haya sido contratado, el mismo que se determinará en la evaluación de desempeño.

q) Manejar inapropiadamente las Políticas de Ventas, promociones, descuentos, reservas, dinero y productos de la Empresa para sus Clientes; incumplimiento de las metas de ventas establecidas por la Gerencia; así como la información comercial que provenga del mercado.

r) Los trabajadores que hayan recibido dos o más infracciones, de las infracciones señaladas como leves, dentro del periodo mensual de labor, y que hayan sido merecedores de amonestaciones escritas por tales actos. Sin embargo, si el trabajador tuviese tres amonestaciones escritas dentro de un periodo trimestral de labores, será igualmente sancionado de conformidad con el presente artículo.

s) Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude, hurto, estafa, conflictos de intereses, discriminación, corrupción, acoso o cualquier otro hecho prohibido por la ley, sea respecto de la empresa de los ejecutivos y de cualquier trabajador.

t) Portar armas durante horas de trabajo cuando su labor no lo requiera.

u) Paralizar las labores o Incitar la paralización de actividades.

v) Se considerara falta grave toda sentencia ejecutoriada, dictada por autoridad competente, que condene al trabajador con pena privativa de libertad. Si es un tema de transito es potestad de la empresa, si el trabajador falta más de tres días se puede solicitar visto bueno.

CAPITULO XI

RIESGOS PROFESIONALES, PRIMEROS AUXILIOS EN CASO DE ACCIDENTES DE TRABAJO

ARTÍCULO 56.- El trabajador que se encuentre enfermo aunque no se encuentre inhabilitado para el trabajo, pero que pueda constituir peligro para la salud del resto del personal, no entrará al sitio de trabajo provisionalmente hasta que un médico certifique que puede reanudar sus tareas o que deba retirarse de la empresa, según la Ley.

ARTÍCULO 57.- En caso de accidente de trabajo, el Gerente la empresa BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS o cualquier otro superior del trabajador, ordenará inmediatamente la prestación de los Primeros Auxilios que sean adecuados. De ser necesario lo hará transportar inmediatamente al dispensario médico del IESS o casa de salud más cercano.

ARTÍCULO 58.- En cualquier accidente de trabajo, aún el más leve o de apariencia insignificante, el trabajador deberá comunicar inmediatamente a su Gerente.

CAPITULO XII

DE LA CESACIÓN DE FUNCIONES O TERMINACIÓN DE CONTRATOS

ARTÍCULO 59.- Los trabajadores de la empresa BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS cesarán definitivamente sus funciones o terminarán los contratos celebrados con la Empresa, por las siguientes causas, estipuladas en el artículo 169 del Código del Trabajo:

- a) Por las causas legalmente previstas en el contrato

- b) Por acuerdo de las partes.

- c) Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicios objeto del contrato.

- d) Por muerte o incapacidad del colaborador.

- e) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.

- f) Por visto bueno presentado por el trabajadores o empleador.

- g) Por las demás establecidas en las disposiciones del Reglamento Interno y Código del Trabajo.

ARTÍCULO 60.- El trabajador que termine su relación contractual con la empresa BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS, por cualquiera de las causa determinadas en este Reglamento o las estipuladas en el Código del Trabajo, suscribirá la correspondiente acta de finiquito, la que contendrá la liquidación pormenorizada de los derechos laborales, en los términos establecidos en el Código del Trabajo.

CAPITULO XIII

DE LAS OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DEL EMPLEADOR

ARTÍCULO 61.- Obligaciones del empleador.- Son obligaciones del empleador

1.- Pagar la remuneración que corresponda al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones del Código de Trabajo vigente.

2.- Instalar los talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad.

3.- Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el artículo 38 del Código de Trabajo vigente.

4.- Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzca.

5.- Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado.

6.- Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para el ejercicio del sufragio en las elecciones populares establecidas por la ley, siempre que dicho tiempo no exceda de cuatro horas, así como el necesario para ser atendidos por los facultativos del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o para satisfacer requerimientos o notificaciones judiciales. Tales permisos se concederán sin reducción de las remuneraciones.

7.- Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado.

8.- Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndolos maltratos de palabra o de obra;

9.- Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo.

a) El tiempo de servicio; y,

b) La clase o clases de trabajo.

10.- Atender las reclamaciones de los trabajadores.

11.- Proporcionar lugar seguro para guardar los instrumentos y útiles de trabajo pertenecientes al trabajador, sin que le sea lícito retener esos útiles e instrumentos a título de indemnización, garantía o cualquier otro motivo;

12.- Facilitar la inspección y vigilancia que las autoridades practiquen en los locales de trabajo, para cerciorarse del cumplimiento de las disposiciones de este Código y darles los informes que para ese efecto sean indispensables.

Los empleadores podrán exigir que presenten credenciales;

13.- Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar por culpa del empleador.

CAPITULO XIV

DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO 62.- Notificación directa: Ningún trabajador podrá considerarse despedido, sino cuando hubiere sido notificado directamente y por escrito por la Gerencia General.

ARTÍCULO 63.- Todo trabajador tiene derecho a que se les escuche sus quejas y reclamos. Si la solución dada por su jefe inmediato no cubre sus aspiraciones, tendrá que pasar al estudio, análisis y resolución del Gerente General quien dará el veredicto final.

ARTÍCULO 64.- La empresa se reserva el derecho de aumentar, cambiar o suprimir alguna o varias de las cláusulas que componen el presente Reglamento Interno de Trabajo y hacer aprobar los cambios a la Gerencia General.

ARTÍCULO 65.- Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, Código de conducta, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

ARTÍCULO 66.- La Empresa aprobará en la Dirección Regional del Trabajo, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

ARTÍCULO 67.- En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente reglamento y malversaciones que afecten económicamente o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

ARTÍCULO 68.- Vigencia: El presente Reglamento Interno entrará en vigencia desde la fecha de su aprobación por parte de la Dirección Regional del Trabajo de Ambato y será exhibido en un lugar visible de la empresa, sin perjuicio de entregarle un ejemplar del mismo a cada trabajador.

Atentamente.

Leonardo Ibarra

Gerente

BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS

4.2.2 Diseño del Código de Ética

4.3 Introducción

Con el diseño del código de ética se pretende orientar a los colaboradores de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” a optar por el cambio, ya que el mismo orienta a cada persona sobre lo que es correcto, en busca del bien común.

La presente propuesta se basa en normas respaldadas por valores y principios institucionales que constituyen un marco teórico ético y que torna práctica las orientaciones morales. Cada individuo tiene sus propios valores, por ello se hace necesario que cada uno haga su propia reflexión, esto explica la estructura del presente código de ética que desde el inicio definen los valores empresariales y principios de actuación.

4.4 Justificación

Con el presente código de ética se busca conservar la confianza y la credibilidad en los clientes, proveedores, empleados y otras partes relacionadas. Contar con un código de ética servirá de guía en el comportamiento, desempeño personal y profesional, lo que impulsará a cumplir su trabajo con eficiencia, eficacia y transparencia en cada función encomendada por la gerencia.

4.5 OBJETIVOS

4.5.1 Objetivo General

Establecer los fundamentos éticos que orienten la gestión empresarial y sirvan de guía en la toma de decisiones de cada uno de los miembros de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”, al momento de relacionarse tanto con los clientes, proveedores, instituciones como con el personal interno en su labor diaria.

4.5.2 Objetivos Específicos

- Establecer las normas básicas para el comportamiento ético de los colaboradores de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”.
- Fortalecer las prácticas empresariales para cumplir con los más altos estándares profesionales y morales.
- Establecer los principios básicos a los que debe atenerse el personal de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”, en cada una de sus actividades.

4.6 Alcance

El código de ética se aplica a todos quienes trabajan en la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”, en cualquier área de la empresa, los mismos que voluntariamente se encargan de llevar a cabo estos lineamientos, dan a conocer a sus proveedores, usuarios y a la sociedad en general.

4.7 Proceso de elaboración del código de ética

Para la elaboración del presente código de ética de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” se tomó en cuenta a todos los integrantes de la empresa, los mismos que con su colaboración aportaron ideas y opiniones, tomando decisiones para la creación de cada artículo ético.

4.8 Código de ética

Considerando

Que, el numeral 4, del artículo 3 de la Constitución establece que es deber primordial del Estado, garantizar la ética laica como sustento del quehacer público y el ordenamiento jurídico.

Que, los numerales 7,8,11 y 12 del artículo 83 de la Constitución, establecen que son los deberes de las ecuatorianas y ecuatorianos, promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir, administrar el patrimonio público honradamente, con apego irrestricto a la ley, denunciar y combatir los actos de corrupción:

asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad de acuerdo con la ley; y ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética.

Que, los miembros de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” tanto a nivel ejecutivo como operativo deben someterse al reglamento interno y al código de ética.

Que, es necesario contar con un instrumento que guie los comportamientos individuales y colectivos, que estimule la rectificación y el cambio, que incentive los valores éticos.

Que, el código de ética de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”, contribuye a fortalecer los principios y valores, a desarrollar el sentido de pertenencia y a orientar la gestión institucional para beneficio general y el bien común de la sociedad.

Resuelve

- Aprobar el reglamento interno y el código de ética la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”.
- Adoptar el reglamento interno y el código de ética para la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” con el fin de mejorar la cultura organizacional.

4.8.1 Políticas Generales de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”

Art 1.- Horario de trabajo: En la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” se cumplen con las 40 horas semanales estipuladas en el código de trabajo. Siendo el horario establecido de 9h00 am a 13h30 pm y de 15h00 pm a 18h30 pm, teniendo 1h: 30 de receso para el almuerzo.

Art 2.- Demostrar responsabilidad en la puntualidad y asistencia a la hora de entrada, receso del almuerzo y salida.

Art 3.- Sistema de remuneración: El sistema de remuneración de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” obedecerá a la tabla de sueldos sectoriales publicada por el Ministerio de Trabajo, cumpliendo así con la ley establecida.

Art 4.- Vestimenta: Se debe vestir siempre presentables e higiénicos, con vestimenta formal para el equipo administrativo y creativo, y los operarios utilizarán pantalón jean y camiseta polo, para así poder dar una buena imagen empresarial.

Art 5.- Buen trato: Velar por la buena imagen de la empresa brindando un trato cortés y respetuoso a los clientes internos y externos.

Art 6.- Maltrato al servicio al clientes: la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” prohíbe el maltrato al servicio al cliente sean estos internos o externos.

4.8.2 Responsabilidad de la alta dirección

Art 7.- Quien está a cargo de la alta dirección deberá cumplir y hacer cumplir el código ético, para que sus colaboradores conozcan, promuevan y respeten los comportamientos expuestos, procurando una buena cultura organizacional.

Art 8.- El gerente se encargará de garantizar que el personal que este a su cargo comprenda sus responsabilidades según el manual de funciones.

Art 9.- El gerente deberá realizar un ejercicio ético responsable de su actividad.

Art 10.- Debe impedir violaciones al código ético por parte de quienes estén bajo su supervisión y respondiendo inquietudes por parte de los trabajadores con respecto a la aplicación del código ético.

4.8.3 Responsabilidades de los empleados

Art 11.- Todos los empleados de la empresa habrán de sujetarse a sus subalternos, respetando las indicaciones para sus funciones.

Art 12.- El personal nuevo de la empresa deberá tener un proceso de inducción hasta adaptarse a la cultura organizacional de la misma.

Art 13.- El personal deberá asistir a la empresa los días laborables con el horario establecido y no podrá faltar sin su debida justificación médica o calamidad doméstica.

Art 14.- Los empleados deben tener sentido de responsabilidad hacia los recursos de la empresa sin hacer uso de los bienes de la misma para beneficio personal, además deben desarrollar el hábito del ahorro ocupando la materia prima eficientemente.

Art 15.- Desempeñar y conocer bien sus funciones en el área en el cual fueron contratados aprovechando al máximo las oportunidades de perfeccionamiento de su labor.

Art 16.- Comprometerse a crear un buen clima laboral en la empresa donde se muestren satisfechos con su trabajo y al trabajar en equipo identificándose con los valores y fines de la empresa.

Art 17.- El aseo personal y el de su lugar de trabajo, permitirá incrementar la motivación para trabajar.

Art 18.- Para la entrega de los productos se le anticipará al cliente el tiempo de entrega, la misma que deberá ser puntual con el día y la hora acordada con el mismo.

Art 19.- Esta totalmente prohibido llevar a la empresa memorias externas de almacenamiento de información digital como: flash, USB, discos externos, CD en blanco, o cualquier artefacto tecnológico que pueda almacenar información digital.

Art 20.- No hacer uso de celulares en horas de trabajo si no es con su debida autorización.

Art 21.- Prohibido presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes.

Art 22.- Queda prohibido todo acto de violencia dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”.

Art 23.- No podrán estar en redes sociales de uso personal en horas de trabajo.

Art 24.- Los trabajadores deben proteger la información confidencial de la empresa relativa a procesos, diseños elaborados por la empresa, métodos, estrategias, planes, proyectos, clientes potenciales, e información digital y personal.

Art 25.- Estar dispuesto a mostrar sus sugerencias y críticas respecto a alguna actividad de la empresa, trabajando en conjunto para incrementar la eficiencia del trabajo y desarrollo organizacional.

4.8.4 Principios fundamentales de comportamiento

El comportamiento profesional y empresarial de las personas sujetas a este código de ética debe sujetarse a los siguientes principios básicos.

Art 26.- Deberes

Quienes forman parte de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”, deben guardar como principio fundamental la lealtad, rectitud, imparcialidad y discreción manteniendo una conducta profesional intachable evitando cualquier situación que pudiera transformarse en un conflicto de interés.

a) Lealtad.- Se debe guardar absoluta lealtad a la institución por sobre el beneficio personal, bajo los criterios de integridad, fidelidad y objetividad comunicando de manera oportuna todo incidente o irregularidad que afecte a la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”.

b) Integridad.- Generar confianza al obrar con buena fe, basándose en la honestidad evitando que el interés personal influya en sus decisiones de toda forma de corrupción y de mal comportamiento, respetando los acuerdos.

c) Tolerancia.- Mantener un trabajo libre de toda discriminación y de cualquier conducta que implique un acoso de carácter personal, respetando las identidades,

diferencias, sexo, edad, raza, religión, capacidades diferentes, orientación sexual, nacionalidad o cualquier otra razón política ideológica social y filosófica.

d) Solidaridad.- Apoyar a los compañeros de trabajo, clientes y a la sociedad procurando el bien común por sobre el interés personal, implementando estrategias corporativas.

e) Eficiencia.- Para alcanzar los objetivos se optimizará los recursos de la empresa sean estos humanos, materiales o tecnológicos.

f) Eficacia.- Actuar con sabiduría para buscar solución a cualquier problema.

g) Calidad.- Con esfuerzo y sacrificio brindar un producto de calidad y un servicio digno a nuestros clientes dando un valor extra.

4.8.5 Relación de la empresa con los empleados

Art 27.- La relación de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” con sus empleados es impartir respeto y sobre todo el compromiso en lo que se quiere llegar a tener con los empleados que se sientan seguros que la empresa donde laboran es una de las mejores.

Art 28.- Dar cumplimiento al artículo 42 numeral 33 del Código de Trabajo, determina que el empleador público o privado que cuente con un número mínimo de 25 trabajadores, está obligado a contar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condición física, y actitudes individuales, observándose los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad. A partir del año 2009 el porcentaje obligatorio de contratación de personas con discapacidad, es el 4% del total de trabajadores de cada empresa o patrono persona natural.

Art 29.- Igualdad de trato y prácticas laborales justas

Cumplir los deberes patronales establecidos en el Código de Trabajo los mismos que serán aplicados a los empleados de la empresa, así mismo realizarán prácticas laborales justas basadas en el desempeño y talento de sus trabajadores ofreciendo a todos iguales oportunidades de trabajo.

Art 30.- Seguridad y salud en el trabajo

“Bectro Diseño Publicidad y Medios” dará a sus empleados un ambiente seguro, manteniendo actualizadas las medidas de prevención de riesgos laborales. Así mismo los empleados son exhortados a velar por su propia seguridad, debiendo hacer uso responsable de los equipos que tengan designado cuando desarrollen actividades de riesgo.

Art 31.- Trabajo en equipo

La empresa fomentará el trabajo en equipo facilitando la información necesaria para el buen desenvolvimiento de sus actividades, manteniéndose relaciones de respeto, colaboración, solidaridad sin perjuicio ni discriminación de ningún índole, cuidando la reputación de todos, sin permitir falsos testimonios, perjuicios o información infundada.

Art 32.- Actitud y respeto

Se debe considerar que una buena actitud debe estar presente en todas las actividades desarrolladas por los trabajadores y además formar parte de la cultura organizacional, el trato entre jefes, subalternos o compañeros de trabajo debe caracterizarse por el respeto la amabilidad y la cortesía.

Art 33.- Responsabilidad y profesionalismo

La empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” compromete a sus trabajadores a actuar con dinamismo y excelencia en el cumplimiento de sus funciones, además

precisa que sus colaboradores realicen las tareas asignadas con un alto grado de responsabilidad, profesionalismo, eficiencia y eficacia.

Art 34.- Productividad y excelencia

La empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” espera de sus empleados una productividad óptima en sus tareas y responsabilidades, así como el respeto de los plazos establecidos para el cumplimiento de sus funciones y los horarios asignados, además exige a sus empleados una buena producción que genere ideas que se transformen en nuevos y mejores productos y servicios para los clientes.

4.8.6 Relación con los clientes

Art 35.- Se fundamentan en la calidad de servicios, confianza mutua, transparencia sana, crítica, buscando la fidelización de los clientes con la empresa.

Art 36.- Se deberá atender a los clientes ofreciéndoles un trato cortés, equitativo y honesto.

Art 37.- Transparencia

Brindar a los clientes la información solicitada en forma clara y apropiada buscando que la comunicación de datos sea la más efectiva, acerca de productos y servicios de los mismos.

4.8.7 Relaciones con los proveedores

Art 38.- Relacionarse con los proveedores de una forma ética y lícita, no se debe divulgar los problemas o debilidades observadas con otro proveedor.

Art 39.- La empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” garantiza la transparencia durante el proceso de adquisición de materia prima y seleccionará a proveedores cuyas prácticas sean éticas y responsables que no pongan en peligro la imagen empresarial.

Art 40.- La empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” rechaza todo tipo de influencia que efectúen los proveedores para conseguir privilegios en las negociaciones con la empresa.

Art 41.- Exigir la participación equitativa de los proveedores y una selección imparcial de los mismos, basado en criterios de calidad, rentabilidad y servicio.

Art 42.- Una de las consideraciones para la cartera de proveedores de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” son aquellos que comparten los valores éticos y poseen una sólida reputación.

4.8.8 Relación con la sociedad

Art 43.- Fomentar el empleo para las personas que viven en los alrededores mejorando los ingresos de las familias.

Art 44.- Ejercer una comunidad dinámica participando en asuntos comunitarios para el beneficio de la sociedad.

Art 45.- La empresa propondrá que el desarrollo de la obra social sea eficiente e innovador y aporte valor a la sociedad, especialmente proponiendo soluciones estables a las necesidades sociales de los colectivos menos favorecidos, actuando en el ámbito de educación, sanidad, asistencia social y cultural.

Art 46.- Generará constantemente iniciativas ligadas al desarrollo sostenible y la responsabilidad social empresarial.

Art 47.- Desarrollará una comunicación externa veraz y transparente orientada a aportar información relevante sobre el desempeño económico y social de la empresa.

Art 48.- Relaciones con la competencia

No se podrán realizar comentarios o divulgar rumores que puedan afectar a la imagen de la competencia, ya que son con quienes más se debe mantener relaciones cordiales y

respetuosas. Además se prohíbe el espionaje y la obtención de información confidencial de competidores por medios ilícitos.

Art 49.- Se prohíbe el espionaje y la obtención de información confidencial de competidores por medios ilícitos.

4.8.9 Cumplimiento de las leyes

Art 50.- La empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” se sujeta a los requerimientos y observaciones de las autoridades buscando colaborar con el cumplimiento de las leyes o regulaciones.

Art 51.- Cumplir con las diversas normas que atribuye la República del Ecuador para el adecuado funcionamiento organizacional.

Art 52.- Colaborar en todo momento con las autoridades para el pleno ejercicio de sus funciones, ofreciendo un trato amable y respetuoso.

Art 53.- Las pasantías para los estudiantes deberán estar regidas al Ministerio de Relaciones Laborales y a la Constitución del Ecuador, realizando para ello un convenio con las instituciones educativas, abriendo las puertas a los estudiantes que desean realizar sus prácticas pre – profesionales en nuestra empresa, con capacidad de cupos limitados.

4.9 Medio ambiente

Art 54.- Proteger y conservar el medio ambiente con procedimientos que no afecten al sistema ecológico.

Art 55.- Hacer uso de la energía eléctrica de manera eficiente y su consumo sea vigilado, ayudando al medio ambiente.

Art 56.- El manejo de desperdicios serán reciclados en su gran mayoría.

Art 57.- Adquirir maquinaria que sea amigable con el medio ambiente.

Art 58.- Cumplir con los reglamentos ambientales que rigen en la ley.

4.9.1 Conflictos de interés

Los conflictos de interés son aquellas situaciones en las que el juicio del individuo tiende a estar indebidamente influenciados por un interés secundario, de tipo económico o personal.

Art 59.- Transparencia en las relaciones

Los empleados no actuarán indebidamente para tener beneficios personales dentro del cumplimiento de sus funciones.

Art 60.- No podrán otorgar a ningún cliente, proveedor o cualquier persona, ninguna clase de beneficios que vayan en contra de las limitaciones y condiciones establecidas en la empresa.

Art 61.- Los empleados que se encuentren en situación de conflicto están obligados a comunicar a sus superiores.


Nota: En caso de incumplimiento al código de ética de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”, se convocará a una junta con los miembros que participaron en la creación de la misma donde se establecerán las sanciones pertinentes mediante la ley.

Atentamente.

Leonardo Ibarra

Gerente

BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS

	<p>COMPROMISO PERSONAL DEL CÓDIGO DE ÉTICA</p>
---	---

Lugar y Fecha

- Yo _____ con C.I _____ manifiesto que he leído el código de ética de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” y que comprendo plenamente el contenido del mismo.
- Entiendo que el código de ética establece las guías necesarias de conducta que estoy obligado a atender en el desarrollo de mis actividades laborales dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”.
- Hago constar que recibí un impreso del código de ética de mi empresa.
- Manifiesto mi compromiso que este código de ética servirá para guiar mi conducta dentro y fuera de mi empresa.
- Me comprometo a denunciar cualquier acto en el que observe incumplimiento al código de ética con responsabilidad y respeto.
- Estoy consciente y de acuerdo con las sanciones que puedan ocurrir si se incumple este código ético por mi persona.

Ing. Leonardo Ibarra
GERENTE

CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada se establecen las siguientes conclusiones:

- Los referentes teóricos de diseño y aplicación del código de ética fortalecen las herramientas para sustentar que en la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” existe la falta de información acerca de los aspectos éticos lo que conlleva a una desorganización empresarial.
- Mediante el análisis situacional realizado a la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” se detectó la pérdida de información, con lo que se evidencia la falta de un código de ética.
- La empresa no cuenta con un código de ética, lo que causa desinterés y actividades negativas en el personal, que no participa eficientemente en el desarrollo de la cultura organizacional.

RECOMENDACIONES

En base a la investigación se recomienda lo siguiente:

- Socializar entre todos los integrantes de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” sobre los referentes teóricos del código de ética propuesto.
- Realizar de forma periódica un análisis situacional de la empresa con lo que garantizará una mejora continua del negocio.
- Aplicar el código de ética para la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios” y dar cumplimiento a las normas establecidas en ella, con el fin de obtener una buena cultura organizacional e imagen empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional Constituyente (2012). *Código de Ética para el Buen Vivir de la Función Ejecutiva*. Quito: Dirección de Comunicación.
- Asamblea Nacional Constituyente (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Juridica del Ecuador.
- Calderón, P. C. (2004). *Ética*. Mexico D F: Cultural.
- Campos, J. Y. (2007). *Una herramienta importante para el desempeño empresarial, transporte, desarrollo y medio ambiente*, Mexico D.F: Noriega
- Carvajal, J. G. (2009). *La racionalidad práctica Kantiana y su contribución a la Ética empresarial*. Bogotá: Universidad Nacional del Valle.
- Clavero, M. G. (2004). *Educación etico-cívica*. Madrid: Editex.
- Consuegra Anaya, N. (2011). *Diccionario de Psicología*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Cordero Cueva, F. (2011). *La Asamblea del Buen Vivir*. Quito: Ediecuatorial.
- Deres. (2001). *Responsabilidad social empresarial- Manual para elaborar Codigos de Ética Empresarial* . Montevideo: Deres.
- Espasa Calpe. (2014). *Diccionario de la Lengua Española* . Madrid: Espasa Calpe
- Larousse (2011). *Diccionario Enciclopédico el pequeño Larousse Ilustardo*. México, D F: Larousse.
- Domingo García, M. (2005). *La apuesta ética en las organizaciones sanitarias*. Madrid: Universidad Jaume.
- Larousse (2015). *El pequeño Larousse Ilustrado*.. México D F: Larousse.
- Frances P, B. A. (2003). *Fraude y corrupción: una ventana a la auditoria forense* Madrid: Vertice.
- García, F. N. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica*. Madrid: Esic.
- Gastélum, R. G. (2007). *Comunicación y cultura organizacional en empresas chinas y japonesas*. México D,F: EUMED.
- Gilli, J. J. (2011). *Ética y Empresa Valores y responsabilidad social en la gestion*. México D F: Granica.
- Gómez Muller, A. (2013). *Ética, coexistencia y sentido*. Bogotá: Javeriana.
- González, J. V. (2016). *La Cultura Organizacional y la Resistencia al Cambio*. Bogotá: Omniscryptum.

- Larousse (2012). *Gran Diccionario de la Lengua Española.*. Barcelona: Larousse
- Herrera, H. M. (2005). *El marco etico de la responsabilidad social empresarial.*
Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.
- Ibarra, R. (2005). *Codigo de etica en la empresa.* Chihuahua: IPADE.
- López, M. D. (2012). *Ética organizacional Estrategia para el éxito.* Bogotá: Ediciones de la U.
- Lozano, J. (2014). *Etica y Empresa.* Madrid: Illustrated.
- Montuschi. (2006). *El Aprendizaje Moral de los Individuos y de las Corporaciones:Las etapas de Kohlberg, La cultura Organizacional y los codigos de Ética.* Madrid: Universidad del CEMA.
- Montuschi, L. (2006). *La cultura organizacional y los códigos de Ética.* Madrid: Universidad del CEMA.
- Munch, L. (2009). *Etica y Valores.* Mexico D F : Trillas.
- Navarro García, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica.*
Madrid: ESIC.
- Espasa Calpe (2011). *Pequeño Espasa Ilustrado.* Madrid: Espasa Calpe.
- Quiñones, M. E., & Vega, L. A. (2011). *Calidad y Servicio Conceptos y herramientas.*
Bogota: Ecoe Ediciones.
- Schermerhorn, J., et al. (2004). *Comportamiento Organizacional.* México D,F: Limusa
- Szekely, B. (2011). *Diccionario de Psicología.* Buenos Aires: Claridad.
- Vivanco, M. (2005). *Muestreo estadístico diseño y aplicaciones.* Santiago: Universitaria.
- Wagner, J., & Hollenbeck, J. (2004). *Comportamiento Organizativo Consiguiendo la ventaja competitiva.* Madrid: Paraninfo

ANEXOS

Anexo 1: Diseño de la encuesta dirigido a los empleados de la empresa.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO
FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS EMPLEADOS DE LA EMPRESA “BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS” DE LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA 2016.

Objetivo: Determinar el clima organizacional que se genera en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Instrucciones: De acuerdo a las preguntas conteste objetivamente cada una de ellas.

MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE A SU CRITERIO SEA LA CORRECTA

01.- ¿Está usted satisfecho con su trayectoria dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

Si ()
No ()
A veces ()

02.- ¿Se siente usted a gusto cuando trabaja en equipo en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

Si ()
No ()
A veces ()

03.- ¿Cómo califica la relación con el gerente y colaboradores en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

- Excelente ()
- Bueno ()
- Regular ()
- Malo ()

04.-¿En el último mes cuantos reclamos de clientes se han presentado en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

- 1 a 4 ()
- 4 a 8 ()
- Ninguno ()

05.- ¿Cómo calificaría el trato hacia los clientes de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

- Excelente ()
- Bueno ()
- Regular ()
- Malo ()

06.- ¿Está satisfecho con la remuneración que recibe de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

- Si ()
- No ()
- A veces ()

07.- ¿Califique los principios y valores éticos que se promueven dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” por orden de importancia en un rango de 1 a 5 siendo el mayor 5?

- Puntualidad - Honestidad ()
- Confidencialidad - Confianza ()
- Pulcritud - Transparencia ()
- Respeto - Responsabilidad ()

08.- ¿Está usted afiliado al IESS?

Si

No

09.- ¿Usted cuenta con el equipo necesario para ejecutar su trabajo?

Si

No

A veces

10.- ¿Se reutiliza los restos de material que desecha la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

Si

No

A veces

11.- ¿Conoce cuáles son las funciones que debe realizar para el tipo de actividades de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

Si

No

A veces

12.- ¿Se guarda confidencialidad por los diseños realizados a los clientes de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

Si

No

A veces

Anexo 2: Diseño de la encuesta dirigido al cliente externo de la empresa.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



ENCUESTA DIRIGIDA AL CLIENTE EXTERNO DE LA EMPRESA “BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS” DE LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA 2016.

Objetivo: Determinar el clima organizacional que se genera en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Instrucciones: De acuerdo a las preguntas conteste objetivamente cada una de ellas.

MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE A SU CRITERIO SEA LA CORRECTA

01.- ¿Cómo calificaría la atención recibida por los empleados de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Excelente ()
Bueno ()
Regular ()
Malo ()

02.- ¿El tiempo de entrega de los servicios y productos publicitarios solicitados es?

Excelente ()
Bueno ()
Regular ()
Malo ()

03.- ¿Califique los principios y valores éticos que se promueven dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” por orden de importancia en un rango de 1 a 5 siendo el mayor 5?

- Puntualidad - Honestidad ()
- Confidencialidad - Confianza ()
- Pulcritud - Transparencia ()
- Respeto - Responsabilidad ()

04.- ¿Ha realizado usted algún reclamo por el producto o servicio entregado por la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

- Si ()
- No ()

05.- ¿La empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” ha solucionado sus reclamos?

- Si ()
- No ()
- A veces ()

06.- ¿Los productos y servicios que usted ha recibido por parte de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” son?

- Excelente ()
- Bueno ()
- Regular ()
- Malo ()

07.- Mencione algunas sugerencias en la que puede mejorar el servicio de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”

.....
.....

08.- ¿Cómo calificaría usted los costos del producto o servicio que presta la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

- Elevado ()
- Medio ()
- Bajo ()

Anexo 3: Diseño de la encuesta dirigido a los proveedores de la empresa.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROVEEDORES DE LA EMPRESA “BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS” DE LA CIUDAD DE AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA 2016.

Objetivo: Determinar el clima organizacional que se genera en la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”.

Instrucciones: De acuerdo a las preguntas conteste objetivamente cada una de ellas.

MARQUE CON UNA X LA RESPUESTA QUE A SU CRITERIO SEA LA CORRECTA

01.- ¿Cómo calificaría la atención recibida por los empleados de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” cuando realizó la negociación de sus materiales?

Excelente ()

Bueno ()

Regular ()

Malo ()

02.- ¿Cómo calificaría el pago de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” por la materia prima entregada por usted?

Excelente ()

Bueno ()

Regular ()

Malo ()

03.- ¿Usted ha realizado algún reclamo a la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

Si ()

No ()

A veces ()

04.- ¿En el caso que su respuesta sea afirmativa el reclamo lo realizó hacia?

Servicio ()

Atención ()

Pagos ()

05.- ¿Cómo son las relaciones comerciales con la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”?

Excelente ()

Bueno ()

Regular ()

Malo ()

06.- ¿Califique los principios y valores éticos que se promueven dentro de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios” por orden de importancia en un rango de 1 a 5 siendo el mayor 5?

Puntualidad - Honestidad ()

Confidencialidad - Confianza ()

Pulcritud - Transparencia ()

Respeto - Responsabilidad ()

07.- Mencione algunas sugerencias en la que puede mejorar el servicio de la empresa “Bectro Diseño Publicidad & Medios”

.....

Anexo 4: Diseño de la entrevista dirigida al gerente de la empresa.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE PROPIETARIO DE LA EMPRESA
“BECTRO DISEÑO PUBLICIDAD & MEDIOS” DE LA CIUDAD DE AMBATO
PROVINCIA DE TUNGURAHUA 2016.

Objetivo: Determinar el clima organizacional que se genera en la empresa “Bectro
Diseño Publicidad & Medios”.

Instrucciones: De acuerdo a las preguntas conteste objetivamente cada una de ellas.

01.- ¿Cómo calificaría usted las relaciones con sus empleados?

.....

02.- ¿Qué valores éticos se promueven dentro de su empresa?

.....

03.- ¿Qué tipo de acciones de apoyo promueve a la comunidad?

.....

04.- ¿Los desperdicios o desechos de su empresa como se responsabilizan?

.....

**05.- ¿Usted cumple con todos los pagos legales en relación con instituciones
oficiales?**

.....

06.- ¿Se ha contemplado metas, objetivos e incentivos para los empleados?


.....

07.- ¿Ha existido problemas con clientes y proveedores?

.....

08.- ¿Cuál es el FODA de la empresa?

Anexo 5: Clientes de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”

	Cartera de clientes de la empresa “Bectro Diseño Publicidad y Medios”
---	--

- Acabados Olmedo
- Acería Del Ecuador C.A. Adelca
- Acero Centro
- Adecomp
- Aerolíneas Del Amazonas Taxi Aéreo Y Mantenimiento
- Agencia De Viajes Paraíso Travel
- Agrícola Callejas Chiriboga Cia. Ltda.
- Agroservicio Progexant - Agrofabara
- Agrovab
- Akabados
- Alban&Zurita Química De Curtidos Quimicur Cia.Ltd
- Alcides Mosquera E Hijos.- Almogas Cia. Ltda.
- Alert Security Del Ecuador Cia Ltda
- Alerta Seguridad
- Almacén Agropecuario La Chacra
- Almacén Americano
- Almacén Baratela
- Almacén City
- Almacén De Pinturas
- Almacén De Pinturas Romano Barrios Cia. Ltda.
- Almacén De Repuestos Automotrices Ford G. Mejía
- Almacén De Venta De Repuestos Eléctricos
- Almacén El Foco
- Almacén El Guante
- Almacén El Hierro.

- Almacén El Lojanito
- Almacén Famesa
- Almacén Imac Y Cia
- Almacén La Bomba
- Almacén La Casa Del Ahorro
- Almacén La Elegancia
- Almacén La Feria Del Calzado
- Almacén La Maravillita
- Almacén Latino
- Almacén Los Andes
- Almacén Vumaca
- Almacenes Edmundo Jordán Cia. Ltda.
- Almacenes Habuod A.S.H.A. Cia. Ltda.
- Almacenes Moncayo
- Almocols - Agencia Colocadora De Seguros Cia. Ltda
- Alvarado-Ortiz Constructores Cia. Ltda.
- Amazonasair Cia. Ltda.
- Ambacar Ltda.
- Ambandine S. A.
- Ambaplay Cia. Ltda.
- Ambaseg Cia. Ltda.
- Ambatol Cia. Ltda.
- Amevet American Veterinaria Cia. Ltda.
- Andinamotors S.A.
- Arco Quimicos
- Armas Sport
- Armend Safe
- Armendsafe Cajas De Seguridad Cia. Ltda.
- Arq Jorge Naranjo
- Artefactos Ecuatorianos Para El Hogar S.A Artefacta
- Aseguradora Del Sur C.A.
- Asociación De Corredores De Bienes Raíces De Tungurahua.

- Asociación En Participación Librería Futuro
- Austro Distribuciones Austrodis Cia. Ltda.
- Auto Gama
- Auto Repuestos Universal
- Autocambio Alonso Gavilanez E Hijos
- Autocambio Sánchez
- Autocentro Balseca
- Automaquisa S.A.
- Automekano Cia. Ltda.
- Automotores Carlos Larrea Torres
- Automotores De La Sierra S. A.
- Automotores Del Pacifico S.A. Autollegasa
- Autopecass Cia. Ltda.
- Autos Chinaaccpass Cia. Ltda.
- Autos García
- Autos Y Servicios De La Sierra "Autosierra" S. A.
- Autoscorea S.A.
- Autovill
- Avicola Damián
- Avipaz Cia. Ltda.
- Avitecnia
- B & V Briones Y Villagrán Cia. Ltda.
- Baldore Cia. Ltda.
- Banco De Guayaquil
- Banco De Machala S.A. Sucursal Ambato
- Banco Del Austro - Sucursal Ambato
- Banco Internacional S. A.
- Banco Pichincha C.A.
- Banco Procredit S.A.
- Bazar Sensación
- Belu'S Creaciones
- Bienes Raíces De La Sierra Punto Sierra

- Billares Macara Jr.
- Bioagrotecsa Cia. Ltda.
- Bioalimentar Cia. Ltda.
- Biomarketing Cia. Ltda.
- Bodega Ambato De Medina Ocaña Hermanos
- Botica Bristol
- Botica Inglesa
- Botica Moderna
- Botica Sudamericana
- Boutique Del Auto Ruso
- Break
- Brenntag Ecuador S.A.
- Café Cero
- Café Restaurant Borinquen
- Cafetería El Español
- Calipso
- Calzado Amparito
- Calzado Gamos
- Calzado Hidalgo
- Calzado Jenny
- Calzado Lombardia
- Calzado Marcia
- Calzado Marín
- Calzado Wonderland
- Capacitación Integral Edukids
- Cárdenas Boutique
- Carlos Criollo
- Carlos Trujillo
- Casa Del Deportista
- Casa Eléctrica Los Chasquis
- Casa Hogar
- Casa Musical Núñez

- Casa Musical Víctor Freire
- Cavimar
- Cenarhu
- Centro Artístico Arte Azúcar
- Centro Comercial La Escocesa
- Centro De Servicios Alonso Gavilánez
- Centro Educativo La Granja, Ceblag Cia. Ltda.
- Centro Medico De Ecosonografia
- Centro Oftalmológico Pérez Sanz
- Centro Ortopédico Freire Ambato
- Centro Plástico Ambato
- Centrollanta S.A.
- Ceramex
- Cero Choques
- Cesar Aguayo-Distrib. Máquinas De Coser Ind., Ases
- Cesar Páez
- Chris Boutique
- Cia. De Transportes En Volquetas Alianzasur Cia. Ltda.
- Cia. Musical Artística Y Publicitaria Fiesta S.A. Comufisa
- Ciara
- Cima Castro
- Cinemark Del Ecuador
- Circulo Mundial Del Libro
- Civil Protection Servicio Integral De Protección Y Vigilancia C. Ltda.
- Classics Boutique Internacional.
- Clínica De Especialidades Médicas Tungurahua
- Clínica Duran
- Clínica Veterinaria Americana
- Cobre Sistemas
- Codisa
- Coinver Cia. Ltda.
- Coky Heladería

- Colchones Paraíso
- Colegio De Arquitectos De Tungurahua
- Colegio De Ingenieros Civiles De Tungurahua
- Colegio Particular A Distancia República De Argentina
- Collehrm / Cordovilla E Hijos Reparación Y Mantenimiento
- Comedor Madrid
- Comedor Manabí
- Comedor Media Noche
- Comercial Alberto Mayorga
- Comercial Alexandra
- Comercial Avícola
- Comercial Caicedo
- Comercial Carvi
- Comercial Chibuleo Cia. Ltda.
- Comercial Cinco Estrellas
- Comercial Cisneros Importadora Kumho Cia. Ltda.
- Comercial Duran
- Comercial Etatex C.A.
- Comercial Gutiérrez
- Comercial Haig
- Comercial Katita
- Comercial Lascano Sánchez
- Comercial Llerena
- Comercial Manuel Arguello
- Comercial Maya Cia. Ltda.
- Comercial Panamá
- Comercial Rocío
- Comercial Santa Teresita
- Comercial Suarez E Hijos
- Comercial Tungurahua Coricava Cia. Ltda.
- Comercial Vargas
- Comercial Villacís

- Comercial Yolanda Salazar Cia. Ltda
- Comercial Zamora
- Comercializadora De Oro En La Sierra Cordesi S.A.
- Comercializadora Grupo Canguro Grupcan Cia. Ltda.
- Comercializadora Hidalgo
- Comercializadora Infocomer Cia. Ltda.
- Comercializadora Sánchez Corral Cia. Ltda.
- Comercio E Industrias Ramiro Naranjo Cia. Ltda.
- Compañía De Trans.Pesados Fabrilcarga Cia. Ltda.
- Compañía Turística Y Mercantil El Alamo (El Alamo)
- Compumega
- Compunet
- Computeka
- Conauto C.A.
- Confecciones D & F
- Confecciones De Lujo
- Confecciones Elizabeth
- Confecciones Josephine
- Confecciones Lanvi
- Confecciones Liz
- Confecciones Sánchez
- Construcciones Y Caminos Concasa.
- Construfacil
- Construmercado S.A.
- Consultora De Proyectos Integrales Pamusac Cia Ltda
- Consultores De Seguros
- Consultorio Dental De Luis Mera G.
- Contaplus S.A.
- Coop. De Ahorro Y Crédito Cámara De Comercio De Ambato
- Coop. De Ahorro Y Crédito Mushuc Runa
- Coop. De Ahorro Y Crédito San Francisco Ltda.
- Cooperativa De Transportes Santa

- Cooperativa De Transportes Trasandina Express
- Copauto Cia. Ltda.
- Copiadoras De Planos Ozalid
- Copy Locuras
- Corporación Económica De La Sierra S. A. - Cessa
- Corporación Educativa "Stephen Hawking"
- Cortilujo..
- Cortinas Corbex
- Cortvisa
- Cosedora Landis
- Creaciones Anabel
- Creaciones Charlestong
- Creaciones Jopasica
- Creditodo
- Cuissine
- Curtipiel Martinez
- Davmotor Cia. Ltda.
- Davortrade Cia. Ltda.
- Decoflex
- Decoflex.
- Decoraciones En Aluminio Y Vidrio
- Decoraciones Icadec.
- Decorar
- Dental Marbel
- Denversol Soluciones Informáticas Cia. Ltda.
- Deportivos Ine
- Depósito De Gas
- Depósito De Sombreros G.B.C.
- Despensa Acapulco
- Dextex
- Dialum Cia. Ltda.
- Diartes

- Distrib.Com. Héctor Herdoiza Cobo Lo Justo C. Ltda
- Distribuciones Alpele
- Distribuciones Enrique Lopez O.
- Distribuciones Jacob & Cia
- Distribuidora Anahí
- Distribuidora Centro
- Distribuidora Cevallos
- Distribuidora Comercializadora De Calzado Dicocalza Cia. Ltda.
- Distribuidora De Plásticos Astra
- Distribuidora Elenita
- Distribuidora Suarez Hermanos Distrisuar Cia. Ltda.
- Distribuidora Comercial Valle
- Dr. Marcelo Mancheno
- Dulces Danita
- El Caucho Automotriz
- El Costo
- El Desarrollo Agrícola
- El Escarabajo
- El Gato Infantil
- El Huerto Cia. Ltda.
- El Lojanito Jr.
- El Maestro Ferretería
- Electro Provedora Provelec Cia. Ltda.
- Electro Sercos
- Electrofacil Cia. Ltda.
- Electrónica Ramírez
- Entretenimiento Y Diversión Familiar Endifa Sa. Xtreme
- Escuela De Capacitación De Conductores No Profesionales Safedrive Cia. Ltda.
- Esforse
- Espaciadores Impala
- Espinoza Representaciones Y Agencias

- Estación De Servicios Las Flores
- Estazul Cia. Ltda.
- Estilo Y Madera
- Estructuras Metálicas
- Eurogiros Ambato
- Fábrica De Bloques San Jorge
- Fabricio
- Facerquim
- Facilagro Cia. Ltda.
- Fai Muebles
- Faicomex C.A.
- Fantasía
- Farmacia Ambato
- Farmacia Bolívar
- Farmacia Central
- Farmacia Las Acacias
- Farmacia Olímpica
- Farmacia San Antonio
- Farmacia San Cristóbal
- Fasnoteq Novedades Tecnológicas S.A.
- Fblux
- Femaco
- Ferconsa
- Fermacol Cia. Ltda.
- Ferretería Amazonas
- Ferretería Atahualpa
- Ferretería Bolívar
- Ferretería El Constructor
- Ferretería Mushuc Wasi
- Ferro Espinoza
- Ferrocentro Cia. Ltda.
- Ferrodominguez Cia. Ltda.

- Ferromadera
- Ferromundo
- Ferronorte
- Flo Fruit Paraíso
- Forestal Esmeraldas
- Foto Estudio Gina Color
- Foto Estudio Mora
- Foto Visión
- Fraxa
- Frevi
- Fullcolors
- Fundación Cedempresarial Consultores
- Fundación Trabajar Para Vivir
- Fundi Laser
- Fundimega S.A.
- Gad. Municipalidad De Ambato
- Gad. Municipalidad De Mocha
- Gad. Municipalidad De Pelileo
- Gad. Municipalidad De Quero
- Gad. Municipalidad De Tisaleo
- Gar-Za
- Gasolinera América
- Gasolinera Custode
- Gimnasio Dmgym
- Glidsa S.A.
- Gloapsa
- Global Compu
- Globaltrail Cia. Ltda.
- Gobierno Provincial De Tungurahua
- Gremio De Gasfiteros
- Grúas Hércules
- Grupo Corp Maderalt Cia Ltda

- Grupo Comercial De La Sierra S.A. (Yanez Auto)
- Grupo Ferretero Ching
- Grupo Ferretero El Constructor
- Grupo Latsa
- Gruvipro
- Guerrero Hnos.
- Héctor González Castillo
- Heladería Kramel
- Heladería Pailazzo
- Hernán Darquea E Hijos Representaciones
- Hernán Silva
- Holviplas
- Hotel Portugal
- Hotel Sangay
- Hotel Señorial
- Hyperfarma S.A.
- I.L.A.S.A. Industrias Licoreras Asociadas
- Iglesia Cristiana Dios Con Nosotros
- Iglesia Cristiana La Gloria De Dios
- Imcalvi Cia. Ltda.
- Impacto Creaciones
- Implementos Deportivos E Importación Soria Castill
- Implementos Deportivos Macara
- Implementos Deportivos Soria
- Impocomjaher Cia. Ltda.
- Imporcalza
- Importad. Exportad., Inmobiliaria Imexin S.A
- Importadora Alvarado Vasconez Cia. Ltda.
- Importadora Comercial Mario Garcés Magio Cia. Ltda.
- Importadora Domínguez Chamba Grace Janeth
- Importadora Jaral
- Importadora Mayorga Scc

- Importadora Posso
- Imvab Cia. Ltda.
- Industrial Gc
- Industrial Y Comercial Castro Ojeda I.C.C.O. S. A.
- Industrias Ales C.A.
- Infordata
- Inmobiliaria Arcosa
- Ivan Villacis Distribuciones
- J & M Servicios
- J. J. Nasser E Hijos Cia. Ltda.
- J. M. Distribuciones
- Jc Distribuciones
- Joyería Cuenca Cia. Ltda.
- Joyería Selenita
- Joyería Y Relojería Sierra Enríquez
- Juan Francisco Mora
- Julián Andaluz Ramos
- Jursaparts Cia. Ltda.
- Just Bright Minds Jbm Consultores Cia. Ltda.
- Kanalum
- Karix Mueblería
- K-Cer Agencia Asesora Productora De Seguros
- Keop's Gima
- Keyco Ascensores
- Klubseguros S.A. Agencia Asesora Productora De Seguros
- La Brasa Roja
- La Casa Del Ciclista
- La Casa Del Computador
- La Casa Del Perno
- La Casa Del Químico
- La Fuente
- La Herencia Ecuatoriana José Mejía Cia. Ltda.

- La Tienda
- La Unión Distribuidora
- Laboratorio De Especialidades Medicas
- Laboratorio Dental Mery
- Laboratorio Diésel Ambato Ladia S.A.
- Laboratorios Laquifarva
- Laboratorios Neo Farmaco
- Lady Rose
- Las Fragancias Cia. Ltda
- Lavandería Magic
- Lavanderías Centrales Lavacensa S.A.
- Leonisa Internacional
- Librería Atlantida
- Librería Cultura
- Librería Elite
- Librería Jarmehos
- Librería Las Américas
- Librería Oviedo
- Librería Santo Domingo
- Librería Y Papelería Abc
- Librería Y Papelería Israel
- Lic. Daniel Pardo
- Llantafacil S.A.
- Llantambato S.A.
- Lubricadora Max
- Lubricadora Medina
- Lubricadora Nissan
- Lubricadora Núñez
- Lysagrim Cia. Ltda.
- M A M Representaciones
- Mario Brichetto Y Hna.
- Mario Rubio Cia. Ltda.

- Marpino
- Marriott Importadora
- Martas Industry Cia. Ltda.
- Material De Zapatería Beatriz Oñate
- Material Eléctrico.-Marco Mayorga Suarez
- Materiales Para El Constructor
- Mayorga Pérez Cia. Ltda.
- Maysand's Boutique
- Mecánica Automotriz Don Pancho
- Mecánica Chávez
- Mecánica Pullutasig
- Mecánica Ramos
- Mecánica Solís
- Mecánica Valencia
- Medico Dental Altamirano
- Mega Frio
- Mega Metal
- Megakons S.A.
- Megaprofer S.A.
- Mercantil Makamba
- Mercantil Mundi Ofertas
- Metal Mecánica Villacís
- Metrofarma Cia. Ltda
- Mies
- Miguel Macao
- Mikosnet
- Mil Boots Cia. Ltda.
- Milplast Cia. Ltda.
- Mini Bazar
- Ministerio De Transporte Y Obras Publicas
- Mueblería Aguirre
- Mueblería Israel

- Mueblería León
- Muebles Maderclass
- Multicomercio Palomo Cia. Ltda.
- Mundial De Lujos
- Mundicars
- Nagano Importaciones
- Nexo Seguros Cia. Ltda.
- Oasis Café Y Helados De Paila
- Óptica Optivision
- Óptica Pérez
- Organización Comercial José Zurita Paredes Cia. Ltda.
- Organización Comercial Víctor Hugo Caicedo Cia. Ltda.
- Ortopedia Vida
- Oswaldo's Boutique
- Pa.Vi.Sa.
- Paku
- Pandelvalle Cia. Ltda.
- Pantera De Seguridad Cia. Ltda.
- Paredes Cobo Cia. Ltda.
- Pastelería Quito
- Payless Shoes Source Ecuador Cia. Ltda.
- Pazvisseg Cia. Ltda.
- Pc - Clon
- Pc Bob
- Pc Home Security.
- Pollo De Campo
- Pollo Forastero
- Pronik
- Quinta Charleston
- Radio Ambato
- Radio Amor 96.7 Fm Stereo
- Radio Centro

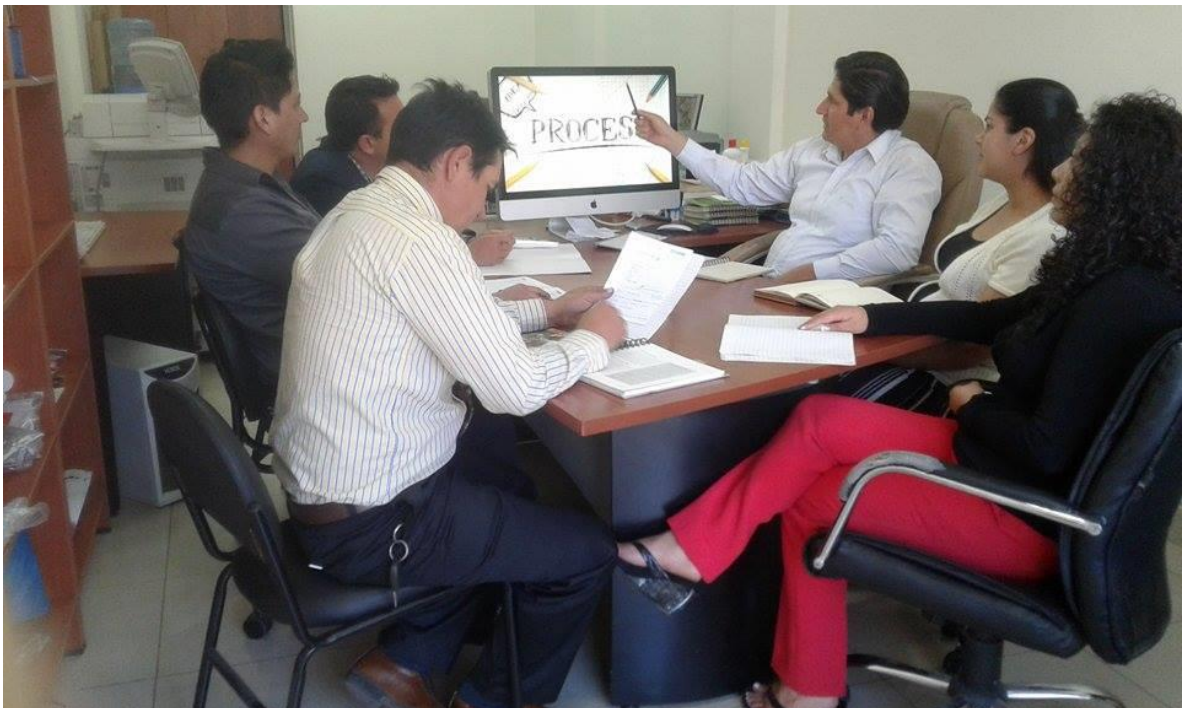
- Radio Cultural
- Rams Gima
- Rectificadora Núñez E Hijos Cia. Ltda.
- Rectificadora Peñafiel Salazar Cia. Ltda.
- Rectificadora Solís
- Redes Informáticas
- Relojería Invicta
- Representaciones Agropecuarias
- Representaciones J. Leonardo Soria L. C.A.
- Repuestos Universales
- Residencial Recreo
- Restaurant Cristal
- Restaurant Don Viche
- Reyconstructor
- Santana Asociados
- Seguridad E Investigación Sandoval Cia Ltda
- Seguros Sucre S. A..
- Sombreros Lucero
- Su Casa Ferretería
- Suarez & Suarez Asesores Productores De Seguros
- Sudamericana De Carga Sudcar Cia. Ltda.
- Transportadora De Personal Transbuscorg Cia. Ltda.
- Unidad Educativa Suizo
- Unikids
- Universidad Católica Del Ecuador Sede Ambato
- Universidad Regional Autónoma De Los Andes
- Uniandes
- Universidad Tecnológica Indoamerica
- Universidad Tecnológica Indoamérica
- Uta Facultad De Civil Y Mecánica

Fuente: Empresa Bectro Diseño Publicidad & Medios
Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)

Anexo 6: Imágenes de reunión para elaboración del código de ética



Fuente: Empresa Bectro Diseño Publicidad & Medios
Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)



Fuente: Empresa Bectro Diseño Publicidad & Medios
Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)



Fuente: Empresa Bectro Diseño Publicidad & Medios
Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)



Fuente: Empresa Bectro Diseño Publicidad & Medios
Elaborado por: Roberto Barona I. (2016)