



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

DICIEMBRE 2022 - ABRIL 2023

EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER
COMPLEXIVO

PRUEBA PRÁCTICA

LICENCIATURA EN COMERCIO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMERCIO

TEMA:

VALORES CORPORATIVOS EN LA EMPRESA GRUPO RONQUILLO
SANDOYA DE LA CIUDAD DE BABAHOYO. PERÍODO 2022.

EGRESADA:

EMELY DENISSE RIQUEIRO CARPIO

TUTOR:

LCDO. MARTÍN PARRALES CARVAJAL, MBA.

AÑO 2022- 2023

Contenido

Planteamiento del problema.....	3
Justificación	7
Objetivos del estudio.....	8
Líneas de investigación.....	9
Marco conceptual.....	10
Marco metodológico.....	19
Resultados	21
Discusión de Resultados	22
Conclusiones	24
Recomendaciones	25
Referencias.	
Anexos	

RESUMEN

Por medio del presente estudio de caso denominado Valores corporativos de la empresa Grupo Ronquillo Sandoya. Periodo 2022. Mismo que se relaciona con la línea de investigación Sistemas de información y comunicación, emprendimiento e innovación y se contextualiza en la sublínea de Empresas e instituciones públicas y privadas debido a que la empresa se dedica a la comercialización de fármacos, este trabajo fue realizado con el objetivo de analizar los valores corporativos de la organización, determinando su grado aplicación e identificando la comunicación y puntualidad corporativa. Para el desarrollo del estudio de caso fue necesario implementar dos técnicas, las cuales fueron, la entrevista al gerente administrativo y la encuesta a los colaboradores de la empresa. La metodología del presente trabajo se basó en las modalidades paradigmáticas cualitativas y cuantitativas junto a la implementación del método analítico y el método deductivo, los cuales ayudaron al discernimiento del caso de estudio, Esto permitió la obtención de los resultados que fueron expuestos en su respectiva sección, cabe recalcar que dichos resultados son aquellas expectativas planteadas en los objetivos del trabajo, pues fueron la guía para el desarrollo del mismo.

Palabras claves: Corporativos, comercialización, fármacos, modalidades y paradigmáticas.

ABSTRACT

Through this case study called Corporate Values of the company Grupo Ronquillo Sandoya. Period 2022. Same as it is related to the line of research Information and communication systems, entrepreneurship and innovation and is contextualized in the subline of Companies and public and private institutions due to the fact that the company is dedicated to the commercialization of drugs, this work was carried out with the objective of analyzing the corporate values of the organization, determining their degree of application and identifying corporate communication and punctuality. For the development of the case study, it was necessary to implement two techniques, which were the interview with the administrative manager and the survey of the company's employees. The methodology of the present work was based on the qualitative and quantitative paradigmatic modalities together with the implementation of the analytical method and the deductive method, which helped to discern the case study. This allowed obtaining the results that were exposed in their respective section. , it should be noted that these results are those expectations set forth in the objectives of the work, since they were the guide for its development.

Keywords: Corporate, drugs, marketing, modalities and paradigms.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Ecuador existen diversas distribuidoras farmacéuticas, cada una con un mismo fin pero con diferentes metodologías de trabajo, los valores corporativos sin duda alguna se ven reflejados como la identidad de una organización, sobre su responsabilidad, puntualidad y ética, algunas son consideradas como empresas de calidad y otras no, en muchas ocasiones los hospitales y clínicas tienen colapsos de pacientes y es por eso que necesitan responsabilidad y puntualidad corporativa en sus compras, porque deben tener sus productos farmacéuticos a tiempo y suplir las necesidades sus pacientes sin problema.

En la provincia de Los Ríos se suscitan a diario muchos inconvenientes en las diversas instituciones de salud , principalmente en el sector público, puesto que en muchas ocasiones no poseen un abastecimiento correcto de fármacos para sus pacientes y existe un colapso en sus instalaciones e incluso conflictos serios con los familiares de los pacientes en casos críticos, muchas personas reniegan a diario de los hospitales, seguros y centros de salud pública, pues consideran que les falta realizar mejoras en su sistema corporativo, principalmente en su adaptabilidad y trabajo en equipo para resolver dichos conflictos

Babahoyo a pesar de ser una ciudad no tan grande como Guayaquil o Cuenca también tienen a diario pacientes en sus hospitales, centros de salud y en el IESS, por otra parte, quienes tienen la posibilidad asisten a clínicas privadas en busca de una mejor atención, pero en su mayoría la población asiste a entidades de salud públicas ya sea por escases de recursos económicos u otros motivos. En varias ocasiones han recibido críticas y distintas quejas de la población Babahoyense a medida que surgen los inconvenientes.

El presente caso de estudio se realizó en la empresa Grupo Ronquillo Sandoya con RUC 1204479883001 ubicada en la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos, la cual se dedica a la distribución de fármacos a entidades de salud públicas y privadas, cuya misión es comercializar responsablemente, productos farmacéuticos de alta calidad a precio razonable, es la única distribuidora de fármacos en la zona cinco que poseen el respaldo del certificado de la, *Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, ARCSA*, brindándoles una imagen de calidad ante sus clientes.

La problemática del presente trabajo se fundamenta en la incorrecta aplicación de los valores corporativos dentro de la empresa Grupo Ronquillo Sandoya, esto se ve reflejado en algunos pedidos incumplidos hacia las instituciones de salud públicas y privadas, es decir sus clientes, ocasionando que se ponga en tela de duda la responsabilidad que poseen como empresa. Basado en aquello es evidente deducir que la responsabilidad empresarial es uno de los valores corporativos que en algunas ocasiones no evidencian como empresa

Ante sus clientes la falencia de la responsabilidad corporativa trae como consecuencia la posibilidad de que vuelvan a realizarles un pedido baje de un 100% a un 60%, por ende, es algo negativo que afecta a la entidad y genera esta problemática de forma totalmente visible, incluso al momento de resolver conflictos el personal de trabajo no poseen la adaptabilidad necesaria para actuar de forma eficiente, es decir no son capaces de dar soluciones rápidas según el acontecimiento lo requiera, al contrario, pueden ocasionarse conflictos adicionales a partir de algún inconveniente suscitado en la empresa en el que no se vea la ejecución de un buen trabajo en equipo y el compañerismo de los colaboradores, por lo anteriormente, mencionado, se determina que su desempeño de adaptabilidad laboral

Puede ser cuestionado.

Debido a los pedidos incumplidos o que han tenido algún retraso en su fecha de entrega, la posibilidad que sus clientes, es decir las instituciones de salud públicas y privadas, pierdan la confiabilidad en la empresa son altas, puesto que, como hospitales o clínicas ellos cuentan con estos medicamentos de manera indispensable y no pueden permitirse tener este tipo de falencias al momento de abastecerse de los diversos fármacos que se utilizan para sus pacientes, ya que también afectarían su imagen como entidades de salud y quedarían mal con la atención que brindan a sus pacientes.

A raíz de los puntos mencionados en este documento, la carencia de los valores corporativos son muy notorios lo cual genera un daño directo a la imagen corporativa de la empresa, ya que dichos valores son el reflejo de la organización y el compromiso interno hacia las organizaciones a las cuales realizan sus ventas, los valores son la base moral de una persona, en este caso los valores corporativos hacen referencia a la identidad de la empresa y si estos no están bien estructurados su imagen se verá afectada.

Se refleja una mala imagen corporativa que abrirá paso a posibles críticas de parte de otras organizaciones, como la competencia y los mismos clientes, al momento de quedar mal con los pedidos se rompe algo indispensable que es el cumplimiento de promesa que se brinda a los clientes, cuando ellos realizan el pedido de los medicamentos cuentan con la seguridad que la empresa cumplirá con su promesa de venta y cuando los pedidos no llegan o se retrasan se deduce a gran amplitud la falencia en el cumplimiento de este valor corporativo, además es perjudicial para las entidades de salud, no pueden permitir tener algún tipo de error en el abastecimiento de sus fármacos, sobre todo cuando son instituciones públicas que se deben al estado y al pueblo brindando una atención digna.

Todo lo antes mencionado, perjudica a la comercialización de sus fármacos y puede producir que bajen las ventas. se suelen suscitar varios imprevistos con las entregas de los pedidos, se dan retrasos de 2 a 3 días lo cual es una falta de impuntualidad muy clara que evidencian de forma negativa a los clientes y provoca una mala impresión ya que quedan mal con los pedidos en cuanto al tiempo estimado de entrega e incluso generan ciertas multas que perjudican con pérdidas monetarias a la empresa, debido esta carencia de puntualidad, lo cual se considera una consecuencia muy grave en varios aspectos, los clientes pueden decidir si volver a comercializar o no.

La razón de que se suelen dar inconvenientes como pedidos con retraso se debe a que en varias ocasiones la comunicación empresarial entre los departamentos de compra, venta y los proveedores no se lleva de la forma correcta y causa el resto de falencias como la impuntualidad al momento de la entrega de los pedidos, no comunican a tiempo la falta de suministros para poder buscar una solución o no realizar promesas de ventas a los clientes sin antes asegurarse de contar con la cantidad de fármacos solicitados por las entidades de salud.

Se puede observar también que debido a la falta de comunicación los conflictos laborales ocasionan que los colaboradores discrepen por responsabilidades y funciones asignadas, que perjudica a la producción de los fármacos y a su vez a la organización de los mismos al momento de su venta, además que los conflictos laborales perjudican a la empresa de manera interna y externa, si existen estos inconvenientes el ambiente laboral no será agradable para ejercer satisfactoriamente sus labores en sus respectivas áreas sin duda alguna la falta de trabajo en equipo y mala comunicación se hace presente en la organización.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo se justifica porque la empresa grupo Ronquillo Sandoya, de la ciudad de Babahoyo no aplica de forma correcta los valores corporativos, esto genera conflictos dentro del ambiente laboral e incluso causa daños a su imagen corporativa, principalmente por la falta de responsabilidad y puntualidad empresarial que se ha suscitado al momento de entregar los pedidos., es de suma importancia saber integrar e implementar dichos valores, son el reflejo neto de la imagen que brinda la entidad para su mercado laboral.

La importancia del presente trabajo es para ejercer de manera correcta un análisis de la aplicación que ejecuta la empresa en sus valores corporativos, permitiendo identificar puntualmente cada uno de ellos y que la entidad pueda percibir el impacto negativo que conlleva no aplicarlos en su sistema, las consecuencias que causa el no tener estructurados dichos valores y todo aquello que pueden percibir los clientes de la imagen corporativa que posee, para que a tiempo puedan corregir con eficacia las problemáticas que tengan presentes en su Organización .

El presente estudio de caso beneficia a la parte administrativa, personal que trabaja en la entidad, clientes en general, de manera precisa para que la empresa pueda obtener un análisis amplio y minucioso sobre sus valores corporativos y trabajar en la mejora continua para lograr un buen reflejo en su imagen empresarial, obteniendo clientes, además permite obtener amplios conocimientos sobre esta área empresarial a quien realiza el presente estudio de caso, brindando la oportunidad de prepararse para la vida profesional como licenciada en comercio y poder implementar dichos conocimientos de manera adecuada .

OBJETIVOS

Objetivo General:

Analizar la aplicación de los valores corporativos en la empresa Grupo Ronquillo Sandoya de la ciudad de Babahoyo.

Objetivos Específicos:

- Determinar el grado de aplicación de los valores corporativos en el ambiente laboral, mediante una entrevista al Gerente administrativo para que se delimiten los ítems respecto a dichos valores dentro de la empresa.
- Identificar la comunicación y responsabilidad corporativa de la organización, los diversos departamentos que componen la empresa, mediante una encuesta a los colaboradores para que sean evaluados los puntos críticos de la entidad.
- Sugerir directrices que permitan la correcta aplicación de los valores corporativos en la entidad.

Para el cumplimiento del objetivo general, fue necesario cumplir con cada uno de los objetivos específicos que a continuación se detallan:

Se determinó el grado de aplicación de los valores corporativos en el ambiente laboral, mediante una entrevista al Gerente administrativo para que se delimiten los ítems respecto a dichos valores dentro de la empresa. Se identificó la comunicación y responsabilidad corporativa de la organización, los diversos departamentos que componen la empresa, mediante una encuesta a los colaboradores para que sean evaluados los puntos críticos, por último, se sugirió directrices que permitieron la correcta aplicación de los valores corporativos en la entidad.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo titulado Valores Corporativos de la empresa grupo Ronquillo Sandoya de la ciudad de Babahoyo, período 2022 se puede relacionar con la línea de investigación Sistemas de información y comunicación, emprendimiento e innovación y se contextualiza en la sublínea de Empresas e instituciones públicas y privadas, dado las razones que a continuación se detallan:

Se visualiza una relación directa entre los valores corporativos de la empresa Grupo Ronquillo Sandoya de la ciudad de Babahoyo y la línea de investigación Sistemas de información y comunicación, emprendimiento e innovación, puesto que es una empresa cuya actividad comercial se trata de la distribución de fármacos y se han suscitados inconvenientes en su responsabilidad, puntualidad y comunicación empresarial.

Este caso de estudio se contextualiza dentro de la sublínea de investigación Empresas e instituciones públicas y privadas, puesto que la variable a estudiar son los valores corporativos, la misma que hace referencia un sistema empresarial en el cual influyen varias personas para poder ejecutar un buen trabajo y alcanzar las metas de tener un ambiente laboral estable y una buena imagen corporativa con la cual se logre la satisfacción de los clientes.

Una vez redactada la relación que posee el presente trabajo con la línea y sublínea de investigación se permite el avance del trabajo, constatando que todo tenga coherencia y cohesión para poder desarrollarse de una manera adecuada y precisa, logrando así un trabajo sólido, coherente y analítico que permita alcanzar los objetivos que fueron planteados durante el desarrollo del mismo.

MARCO CONEPTUAL

Valores corporativos

Los valores de una empresa

Son los principios que dirigen aquellos comportamientos de los colaboradores y esto hace que se mantengan conectados un objetivo en común, tienen su propia categoría, entre ellas aquellos principios que son implantados en una empresa:

Son la máxima manifestación de la misión y visión de una entidad. Ciertamente los valores son el reflejo neto que brinda una empresa a sus clientes y a la competencia, se pueden generar vínculos comerciales seguros y estables, además de posicionar mejor la marca de la empresa. (Estrada, 2019,p.2)

Mientras se desarrolla un sendero en busca del éxito en una empresa, lo primordial es solidificar los cimientos de la compañía, deben ser capaces de tolerar cualquier problema o tanto externo como interno y evitar daños dentro de la producción y comercialización de una determinada compañía.

La responsabilidad social

Según el proveedor de soluciones de hosting y cloud (IONOS) para las pymes la responsabilidad social corporativa se entiende como un compromiso asumido de manera autónoma y voluntaria se pueden realizar labores sociales, dependiendo el ámbito legal:

Bajo este precepto una empresa que se maneja de manera responsable e incita a la buena moral, constantemente puede obtener beneficios de dicha responsabilidad social corporativa. (IONOS,2019)

Es totalmente evidenciado que hay diversas empresas que generan un compromiso voluntario para una buena causa y a su vez contribuyen a la imagen pública que poseen y ayudan a posicionar aún

más fuerte su marca dentro del mercado.

Los valores empresariales como eje de la cultura empresarial

Es importante siempre ser dinámicos y adaptarse a los cambios en el mercado en conjunto a la evolución cultural de la sociedad, para ir conjuntamente en un mismo ambiente comercial:

Todo aquello que se realice dentro de una empresa posee un valor simbólico para los que trabajan en ella e incluso para los agentes externos, como lo son la competencia que se fijan en cada paso, además si los valores corporativos de la empresa no se encuentran correctamente estipulados podrían dar una mala imagen corporativa. (Pérez, 2020, p.8)

La empresa debe de ser cuidadosa y respetar cada uno de los valores que promueven, tener coherencia en todas sus acciones y reflejar dichos valores en cada uno de ellos sin hacer ningún tipo de excepciones que puedan causar un daño a la imagen corporativa de la organización y traer graves consecuencias.

Los valores de una empresa, clave de un clima laboral

Según la corporación de software de recursos humanos sencillos (BHRS), se puede tener principios corporativos eficaces y bien fundamentados entorno a la empresa y que sus trabajadores puedan identificarse con cada uno de ellos, todo esto se verá reflejado en cada uno de los colaboradores de la organización:

Si de verdad se fomenta la excelencia y la libertad, es más que probable que la empresa acabe recibiendo algún tipo de reconocimiento o recomendación como marca emprendedora. (BHRS, 2022)

Siempre que estos reflejen una cultura organizacional adecuada influye en el clima laboral, alrededor de todos los trabajadores, para la organización es importante que los valores corporativos sean puestos en prácticas de manera correcta, pues son la clave de una empresa

segura y estable, capaz de resaltar entre todas las demás, la competencia.

Desarrollo de valores organizacionales para la innovación social

La innovación social es un término muy utilizado en la actualidad y las grandes empresas aspiran a que su gestión contribuya en el éxito de innovaciones sociales que les confiera un buen posicionamiento:

En la imagen corporativa, en relación a los grupos de interés, las pequeñas empresas apuestan a que la innovación social frente a los grupos de interés, las pequeñas empresas apuestan a que la innovación social sea el impulso que las lance al centro de atención de futuros socios que multipliquen sus posibilidades de crecimiento. (Caro, 2029, p.26)

Se debe reflexionar sobre el grado de importancia que tiene el desarrollo de valores organizacionales, como pilar principal de una determinada cultura que conlleve a la innovación social, es uno de los puntos que se deben gestionar en todas las áreas de la empresa para una mejora continua.

Propuesta del modelo triangulo de los valores



Grafico1. Triangulo de los valores para la innovación

Fuente: (Dolan, 2012)

Un modelo que ayuda a una mejor comprensión de la relación entre los valores que promueven el nivel individual como organizacional. También la innovación social; al tiempo que apunta a la conjugación de diferentes valores, el grafico permite la observación de aquellos valores que pueden formar parte de la transformación constante en la innovación de la sociedad y a todo el entorno de la cultura empresarial.

Adaptabilidad: La implementación entre los equipos

La adaptabilidad o la gestión del cambio consisten en la capacidad de responder con flexibilidad a los cambios que ocurren en el entorno y adaptarse con facilidad a nuevas situaciones laborales sin ningún inconveniente:

Ser adaptables es imprescindible, ya que la relación que se tiene con la implementación de nuevas tecnologías, como la cultural o social que es orientada a las continuas labores que incluyan individuos de diversos orígenes y trayectorias profesionales. (Solivella, 2021, p.45)

La digitalización masiva y la globalización transforman la adaptabilidad en necesario para los espacios laborales., sin lugar a duda conlleva a una posibilidad de evolución constante ante la nueva era, con el pasar de los años y el avance tecnológico, es de suma importancia ser una empresa capaz de ser adaptable a los cambios.

Conductas asociadas a un perfil predispuesto

Enlazando a la cita anterior Existen una serie de comportamientos dentro de una organización según su código de ética y los valores corporativos que implementen, estos se identifican con los perfiles más propensos a encajar los cambios con mayor flexibilidad:

Actitud positiva: La persona reacciona positivamente entre ellos e intenta adaptarse con naturalidad a la nueva situación.

Flexibilidad: Demuestra un pensamiento amplio y puede encajar en su rutina con rapidez nuevos procedimientos o herramientas de trabajo.

La puntualidad en el mundo empresarial

Debemos tratar la impuntualidad como lo que es, un problema, un riesgo que no debe pasarse por alto en ninguna empresa, la puntualidad es parte fundamental para todos los procesos, entre ellos la producción y la promesa de venta, entre menos retrasos existen mayores elogios recibirá la compañía:

Afecta directamente a la correcta convivencia laboral. Puede llegar a tener un impacto negativo en la calidad del trabajo de un individuo o un equipo perjudicando también la productividad empresarial. (Crespo, 2023, p.28)

Es importante tener claro para cada compañía que la puntualidad es un acto importante en todos los aspectos del ser humano por lo cual se debe llevar presente en cada ámbito sobre todo en lo laboral, la puntualidad empresarial o corporativa es el un punto clave para salvaguardar el buen nombre de la empresa y reflejar un excelente funcionamiento en todas sus áreas y de sus colaboradores.

La comunicación empresarial

La comunicación es un elemento fundamental para mejorar las relaciones entre los individuos, evitando los diferentes problemas que puedan ocurrir dentro de la organización y que no afecte en lo absoluto a la producción y venta:

Es una herramienta eficaz para potenciar la eficacia en los vínculos entre personas de cualquier tipo, puede referirse a un ámbito más cotidiano o al campo de trabajo. (Demadi, 2022, p. 34)

La comunicación es un valor corporativo fundamental para la correcta comprensión entre sus colaboradores y de esta forma lograr un correcto funcionamiento de todas las áreas de la

empresa.

Entre los principales tipos de comunicación empresarial que menciona Demandi, tenemos los siguientes:

Comunicación interna

La comunicación interna está compuesta por todos aquellos mecanismos que forman parte de una determinada organización.

Comunicación externa

La comunicación externa se refiere a como se muestra con el público general, es decir, los clientes o cualquier persona ajena a la organización.

Trabajo en equipo en empresas

Según los gestores de Microsoft Team Asana (MTA) el trabajo en equipo se da cuando un grupo de personas trabaja en conjunto hacia un objetivo colectivo de manera eficiente, el trabajo en equipo puede lograr un gran éxito para la empresa:

El trabajo en equipo es una de las herramientas más importantes cuando hablamos de eficiencia organizativa. Aunque todos estamos de acuerdo en que el trabajo en equipo es importante, no todos se dan cuenta del impacto que produce en una empresa. (MTA, 2022)

El trabajo en equipo dentro de una empresa logra un reflejo constante para el mercado comercial del buen orden y la correcta administración que se lleva a cabo dentro de la misma, además cuando se trabaja en equipo se pueden encontrar soluciones rápidas y eficaces para cualquier conflicto laboral, además esto mejora el desempeño.

Team Asana y las 5C del trabajo en equipo

Las 5 C del trabajo en equipo son una forma de entender esta como mantener al equipo cohesionado y fomentar la motivación de los empleados.

Las 5 C son las siguientes:

1. Comunicación

2. Coordinación
3. Complementariedad
4. Confianza
5. Compromiso

El compromiso corporativo

El compromiso corporativo que posee una empresa debe ser muy bien establecido para sus tratos comerciales, la manera en que se realiza la promesa de venta y la seguridad con la que es establecida la venta de la empresa hacia el cliente:

El compromiso con la igualdad en las organizaciones es un campo imprescindible para contribuir a conseguir el objetivo de desarrollo sostenible y lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. (Pedrero, 2021, p.54)

La parte más importante de una empresa es la buena organización y por ende conlleva a generar un buen compromiso corporativo que les garantice a sus clientes una buena comercialización con total responsabilidad y seguridad mediante cada uno de sus procesos, de esta manera se puede crear mucha confianza en los clientes hacia el producto.

Ética y delegación

La ética y delegación son un conjunto de palabras que trabajan colectivamente para generar un impacto positivo y de gran importancia en todas las áreas que conforman una empresa:

Para poder delegar, es muy importante poder contar con gente rica en valores y ética comprobable. La globalización hace un requisito fundamental con personas que compartan altos valores que vayan a fines con la empresa y su identidad corporativa. (Rivera, 2020, p.78)

Se puede constatar de diversas maneras que si una empresa posee un personal con valores éticos muy bien fomentados tendrá un correcto funcionamiento debido a la honestidad en todos los procesos, tales como procesos contables, logísticos, de producción entre otros, esto es de suma importancia para mantener una buena imagen referente a los valores

corporativas de la misma.

Cultura corporativa

Desde la existencia del ser humano las culturas han sido fundamentales para la identificación nativa de cada individuo y esto trascendió a los negocios denominándose cultura corporativa:

La cultura corporativa es el conjunto de creencias, valores y prácticas compartidas que permite a un grupo de personas enfocar todas sus actividades hacia una misma meta y como una ayuda para el cumplimiento de los objetivos de las entidades correspondientes. (Sordo, 2022, p. 65)

La mejor manera de mantener una cultura corporativa solida es tener un personal que se alinee a los objetivos y políticas de la empresa sin ningún conveniente, de esta manera existirá una mejora continua dentro de la empresa y ayudara en cada uno de las funciones que desempeñen los colaboradores.

La Transparencia corporativa:

Es una forma clara y honesta en la que una empresa debe llevar a cabo todos sus procesos para resaltar aún más respecto a los valores bien establecidos que deben poseer como organización:

La transparencia empresarial se articula a través de unacomunicación fluida, y tiene dos vertientes: la comunicación interna y la externa. La interna es la que afecta a los empleados, para reducir las incertidumbres y crear comunidadentre el equipo. (Teruel, 2020, p.90)

Es de suma importancia que los colaboradores posean transparencia en cada una de sus funciones dentro de la empresa para la mejora continua de la misma y que exista esa seguridad de contar con un personal honesto y trasparente, esto afirmara el éxito interno y por ende el externo que puede desarrollar la compañía a nivel comercial de manera

competitiva.

La lealtad empresarial

Ser parte de una corporación debe promover un total nivel de lealtad y gratitud en los colaboradores y en toda la organización par que se vea reflejado en sus procesos:

La lealtad empresarial se refiere a la capacidad de fomentar el compromiso de los empleados dentro de la organización, una mejora continua, su dedicación y fidelidad hacia una empresa y su crecimiento, ya que consideran que ser empleado de la organización es lo mejor para su propio desarrollo. (Narvález, 2023, p.88)

La lealtad empresarial representa una de las piezas clave para el éxito de cada una de las organizaciones, pues el diferencial entre empleados capaces de comprometerse en todos los aspectos laborales, especialmente en cuanto a sus clientes y sus trabajadores, ambos deben ser el eje principal de la lealtad en una empresa.

La excelencia empresarial

La Excelencia empresarial es el conjunto de prácticas sobresalientes en la gestión de una organización y el logro de resultados basados en conceptos fundamentales:

Las personas mejoran sus capacidades en busca de aumentar sus niveles competitivos dentro de su vida cotidiana y laboral es de suma importancia que una organización impulse a sus colaboradores a mejorar. (Bueno, 2020, p.95)

La excelencia empresarial debe ser el focus general en todas las empresas, si entre sus objetivos se encuentra alcanzar y tener una excelencia empresarial, construirán un conjunto de pasos constantes para lograrlo y se mantendrán de manera competitiva.

MARCO METODOLÓGICO

La metodología se realizó mediante las modalidades paradigmáticas cualitativas y cuantitativas, así mismo los tipos de investigación, métodos, población, técnicas y herramientas.

Modalidad Cualitativa.

Permitió realizar un análisis amplio para la determinación sobre el grado de aplicación de los valores corporativos en la empresa y así tener un mejor desarrollo del trabajo más la obtención de buenos resultados sobre el presente trabajo.

Modalidad Cuantitativa.

Permitió una medición de los resultados mediante la tabulación de la encuesta para identificar la comunicación y responsabilidad corporativa entre los colaboradores de la empresa.

Tipos de investigación.

Investigación Aplicada: La investigación aplicada permitió la consolidación de la información y búsqueda del problema central de este estudio de caso.

Investigación deductiva: La investigación deductiva ayudo a describir la variable que se tiene como objeto de estudio en el trabajo.

Investigación Bibliográfica: La investigación bibliográfica permitió que el trabajo tenga bases teóricas de diversos autores para un mejor desarrollo del mismo.

Métodos.

En este trabajo se empleó el método analítico sintético que hace referencia al gran aporte que hizo el marco teórico, posteriormente se realizó el respectivo análisis y síntesis de cada una de las respuestas de las encuestas efectuadas al personal que labora en la entidad. Se utilizó además el método deductivo e inductivo que se aplicó para las encuestas y entrevistas.

Técnicas

Entrevista: Fue realizada al Gerente administrativo de la empresa Grupo Ronquillo Sandoya.

Encuesta: Fue realizada a los colaboradores de la empresa Grupo Ronquillo Sandoya.

Herramientas: Guía de preguntas, cuestionario, computadora, carpeta, pluma, hojas e impresora.

Población: Estuvo conformado por 4 trabajadores de Campo y 6 de administrativos.

Tabla 1: Población

<i>N°</i>	<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>
1	<i>Gerente General</i>	1
2	<i>Gerente Administrativo</i>	1
3	<i>Responsable de ventas</i>	1
4	<i>Responsable de compras</i>	1
5	<i>Responsable de Logística</i>	1
6	<i>Responsable de Talento humano</i>	1
7	<i>Contador</i>	1
8	<i>Secretaria Gerencial</i>	1
9	<i>Asistente contable</i>	1
10	<i>Secretaria Administrativa</i>	1
<i>Total</i>		10

Fuente: Empresa Grupo Ronquillo Sandoya

Elaborado por autora

Muestra: No se realizó el cálculo de la muestra porque la población es inferior a cien personas.

RESULTADOS

En las siguientes líneas se redactan los resultados obtenidos de la entrevista realizada a la Señora Elsy Sandoya, Gerente administrativo de la empresa Grupo Ronquillo Sandoya. Ver anexo 4.

Gracias al método inductivo y deductivo mediante la entrevista permitió obtener los resultados requeridos en los objetivos planteados del trabajo, a través de la técnica de entrevista se pudo deducir de forma concreta los diferentes puntos a tratar referente a los valores corporativos tales como, la responsabilidad, comunicación, lealtad, transparencia; etc.

En la entrevista se pudo analizar que la empresa no ha cumplido correctamente con la aplicación de los valores corporativos y poseen falencias en ese ámbito, las preguntas que fueron realizadas dieron apertura a que el Gerente tenga más presente que deben buscar la mejora continua de la organización utilizando como herramienta los valores corporativos, evidentemente mediante los resultados que brindaron la entrevista y encuesta se puede utilizar las modalidades cualitativas y cuantitativas, identificando así los valores que necesitan implementar y en que nivel de porcentaje el personal de la empresa conoce sobre los mismos.

Los resultados de la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Grupo Ronquillo Sandoya se redactan a continuación. Ver anexo 5

Se logro identificar la responsabilidad y comunicación como los valores más recurrentes en reportar un bajo nivel de aplicación dentro de la organización y sus trabajadores, esto refleja con claridad la problemática que fue planteada en este estudio de caso, los resultados fueron obtenidos en base al marco metodológico y cada uno de los ítems establecidos tales como técnicas, métodos; etc.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la presente discusión de resultados se logró un análisis más crítico respecto a los valores corporativos en la organización, además se pudo constatar las falencias y tipos de valores que no poseen gracias al marco conceptual del presente trabajo, debido a las bases teóricas se puede ejercer una observación concisa sobre cada uno de los resultados, mismos que fueron sujetos a los objetivos de este caso de estudio.

La implementación de la investigación aplicada, deductiva y bibliográfica fueron claves para la discusión de los resultados, de esta manera fue un análisis deductivo en conjunto con los fundamentos teóricos que brindo la investigación bibliográfica, esto forma parte importante para establecer el por qué y para que se desarrolló este trabajo, cuáles eran los puntos analíticos y los objetivos a cumplir.

Haciendo referencia a la entrevista, fue cómoda tanto para el emisor y receptor, esto favoreció a que el ambiente y dinámica en el que se desarrollaron las preguntas sea con total fluidez sin hacer de la entrevista algo extensa y cansada; sino más bien interesante y analítica, gracias a aquello se puede lograr una discusión los resultados de forma coherente.

La falta de los valores corporativos observados con mayor claridad al momento de leer y analizar las respuestas son la puntualidad, comunicación y adaptabilidad corporativa según las bases teóricas de las páginas 13 y 14 del marco conceptual la empresa no refleja con claridad dichos valores, no son rápidos para dar solución y suelen tener retrasos al momento de entregar sus pedidos.

Referente a la encuesta permitió cumplir con la discusión de los resultados, a través de esta técnica se pudo identificar de forma concreta los puntos mencionados a tratar referente de los valores corporativos tales como, la responsabilidad y comunicación corporativa. La encuesta que fue realizadas a los colaboradores de la empresa y cuyas respuestas luego fueron tabuladas, permitiendo una medición del porcentaje sobre la opinión de los colaboradores y de si cumplen o no con la responsabilidad y comunicación corporativa.

La encuesta fue de fácil acceso, esto favoreció a tener una medición en porcentaje sobre la opinión de los colaboradores sin sentirse presionados por el encuestador, los resultados fueron observados con mayor claridad al momento de la tabulación y el analices, la variable de este trabajo posee un gran impacto en la cultura empresaria, los valores corporativos son el reflejo neto de la imagen de una organización, debido aquello se logró determinar el grado de aplicación de la responsabilidad y comunicación corporativa que es regular, ya que en el marco conceptual las paginas 10, 14 y 15 narran con claridad cómo se deben aplicar estos valores y existe un contraste negativo entre la teoría mencionada y los resultados de la encuesta.

Luego del proceso ya antes mencionado sobre la entrevista y encuesta se pudieron delimitar los puntos críticos, de esta manera se pudo cumplir con los objetivos que fueron planteados en el objetivo específico número uno de este estudio de caso, cumpliendo así con lo antes dicho sin dejar algún tipo de vacío informativo dentro de este trabajo, como respaldo de la discusión de estos resultados la entrevista y encuesta se encuentran planteadas en los respectivos anexos, se pueden analizar minuciosamente y coincidir con lo redactado en estos párrafos sin perder la coherencia y cohesión de la variable del trabajo.

CONCLUSIONES

El grado de aplicación de los valores corporativos es regular en la empresa Grupo Ronquillo Sandoya debido a que la responsabilidad y puntualidad corporativa, por otra parte dos de los valores que se debe destacar es la transparencia y el trabajo en equipo de la organización porque su equipo de trabajo es de confianza y son honestos en sus procesos de producción, pero en cuanto a la responsabilidad y comunicación corporativa hay ciertas falencias que se hacen presentes en la compañía en diversas situaciones sobre todo al retrasarse en el tiempo de la entrega de los pedidos.

El nivel de la comunicación y responsabilidad corporativa es medio dentro de la organización según la opinión de los colaboradores, esto se identificó mediante una encuesta a los trabajadores, gracias a la tabulación de resultados se obtuvieron porcentajes, entre los puntos críticos a mejorar se encuentran, las pocas charlas de capacitación que han recibido sobre los valores corporativos, la poca receptividad al momento de tomar en cuenta las opiniones de los demás y la dificultad que manifiestan tener los colaboradores para aplicar la responsabilidad y comunicación corporativa.

Las directrices que permiten la correcta aplicación de los valores corporativos de tal manera que la empresa pueda aplicar los valores corporativos son:

1. Una reforma actualizada de los valores corporativos en la empresa.
2. Un control riguroso para marcar la hora de entrada y salida de los colaboradores, de esta forma se puede corroborar la puntualidad de los mismos.
3. Realizar actividades de integración que puedan mejorar el trabajo en equipo de los colaboradores.
4. Promover la importancia de los valores corporativos en todos los departamentos.

RECOMENDACIONES

Se recomienda mejorar la puntualidad y responsabilidad de las entregas de los fármacos a las entidades de salud públicas y privadas, en este caso los hospitales, clínicas, el IESS; etc., además es de suma importancia que puedan fortalecer la comunicación en su cadena de suministro y que los proveedores sean puntuales en todo momento, sabiendo disipar las situaciones complejas que se susciten.

Es importante sugerir que puedan Implementar los valores corporativos de forma equitativa en la empresa en un trabajo colectivo con los colaboradores de todas sus áreas y poder brindar soluciones rápidas en cualquier momento las cuales reflejen el trabajo en equipo y adaptabilidad corporativa que debe tener la organización.

Deben brindar capacitaciones a los colaboradores sobre la importancia que tienen los valores corporativos dentro de una organización para ejecutar sus funciones de manera adecuada y realizar inspecciones mensuales en el comportamiento que poseen los colaboradores dentro de la organización, en la responsabilidad, puntualidad, honestidad, ética, entre otros.

Es recomendable que puedan ejecutarse simulacros trimestrales para constatar la confiabilidad que tienen los colaboradores con el flujo de información en la compañía, recordando lo importante que es tener un personal confiable formando parte de un equipo de trabajo.

REFERENCIAS

- Bueno, J. (2020). Improva. <https://www.improva-consulting.com/improsofia-blog/2020/6/9/ques-la-excelencia-empresarial>
- Caro, E. (2019). Scielo. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842019000100003
- Crespo, M.(2023).Mucho mejor Ecuador.<https://www.muchojorecuador.org.ec/la-puntualidad-en-el-mundo-empresarial/>
- Demadi, I. (2022). <https://www.demadi.com/que-es-la-comunicacion-empresarial/>
- Estrada, M. (2019). rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/valores-de-una-empresa/>
- Microsoft Team Asana. (MTA). Asana. <https://asana.com/es/resources/teamwork-in-the-workplace>
- Narvaéz, M. (2023). Question Pro. <https://www.questionpro.com/blog/es/lealtad-empresarial/>
- Pedrero,S.(2021). Observatoriode RRHH. <https://www.observatoriorh.com/opinion/el-compromiso-corporativo-con-la-igualdad-y-el-impulso-del-ods-no-5.html>
- Pérez, E. (2020).Business School.<https://www.obsbusiness.school/blog/cual-es-la-verdadera-importancia-de-los-valores-empresariales>
- Rivera, C. (2020). Catalejo. <https://catalejovirtual.com/la-etica-corporativa/>
- Software de recursos humanos sencillos (BHRS). (2022). <https://www.bizneo.com/blog/valores-de-una-empresa/>
- Sordo, A. (2022). Hubspot. <https://.hubspot.es/marketing/cultura-organizacional>
- Solivella, L. (2021).Homuork.https://www.homuork.com/es/adaptabilidad-que-es-y-como-fomentarla-entre-tus-equipos_345_102.html
- Soluciones de hosting y cloud (IONOS).<https://www.ionos.es/startupguide/gestion/responsabilidad-social-corporativa/>

Teruel, S. (2020). Emburse Captio. <https://www.captio.net/blog/politica-transparencia-empresarial-solida>

ANEXOS

Babahoyo, 8 de febrero del 2023

Magister

Eduardo Galeas Guijarro

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **RIQUERO CARPIO EMELY DENISSE**, con cédula de identidad **1251064356**, estudiante de la carrera de comercio matriculado(a) en el proceso de titulación periodo diciembre 2022– abril 2023, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda a elaborar un oficio dirigido al Magister en Gestión Hospitalaria, **Ronquillo Murrieta Fernando Eduardo, Representante legal** de la empresa Grupo Ronquillo Sandoya, requiriendo el permiso respectivo para realizar mi Estudio de Caso denominado: **Valores corporativos en la empresa grupo Ronquillo Sandoya de la ciudad de Babahoyo**, el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecida.

Atentamente



Emely Denisse Riquero Carpio

1251064356

Babahoyo, 16 de febrero del 2023

Sr(a)

Fernando Eduardo Ronquillo Murrieta

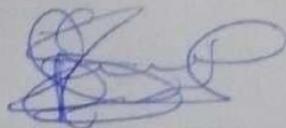
REPRESENTANTE LEGAL DE GRUPO RONQUILLO SANDOYA

De mis consideraciones:

Yo: **RIQUERO CARPIO EMELY DENISSE**, con cédula de identidad 1251064356, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de comercio matriculado(a) en el proceso de titulación periodo diciembre 2022- abril 2023, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi estudio de caso denominado Valores corporativos en la empresa Grupo Ronquillo Sandoya de la ciudad de Babahoyo. Periodo 2022. el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido(a).

Muy atentamente



Emely Denisse Riquero Carpio

1251064356



Babahoyo, 3 de marzo del 2023

Magíster

Eduardo Gáelas Guijarro

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos Grupo Ronquillo Sandoya de la ciudad de Babahoyo del cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** a la estudiante Emely Denisse Riquero Carpio de la carrera de comercio de la Facultad de Administración Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: Valores corporativos en la empresa Grupo Ronquillo Sandoya. Período 2022, el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente

Ing. Fernando Ronquillo Murrieta
GRS C.I. 120447988-3
GERENTE GENERAL
GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Fernando Eduardo Ronquillo Murrieta

1204479883

f_ronquillom@hotmail.com

0968542086

ENTREVISTA

1. ¿Conoce usted acerca de la importancia que poseen los valores corporativos, dentro de una empresa?

He escuchado sobre aquello, pero realmente no he profundizado en los valores corporativos.

2. ¿Cree usted que la identidad de una empresa, se encuentra enlazada a los valores corporativos?

Como propietario considero que sí, pero no los hemos aplicado en la empresa de manera correcta.

3. ¿Cómo se ve usted reflejado el trabajo en equipo, dentro de su organización?

Quizá al momento de resolver conflictos pequeños, pero muchas veces hemos tenido falencias en ese aspecto.

4. ¿Conoce usted cuales son los valores que se destacan en la entrega de sus pedidos y cómo?

Específicamente no, pero bajo mi percepción serían la transparencia y honestidad, pero creo que faltan más valores de aplicar e identificar.

5. ¿Considera usted que influye el valor de la transparencia y lealtad en su empresa?

Sí, pero se debe mejorar la manera en la que se los aplica.

6. ¿Cuáles son los principales valores que distinguen a su empresa de las demás?

La ética y la lealtad, pero así mismo se puede carecer de la puntualidad y comunicación.

ENCUESTA

Cuadro 2. Valores corporativos

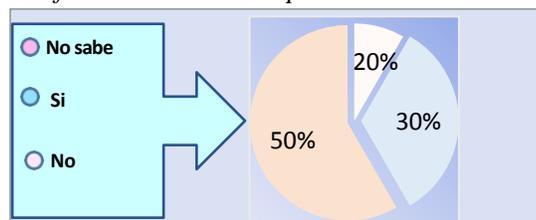
¿Conoce usted acerca de la importancia que poseen los valores corporativos, dentro de una empresa?

Respuesta	Resultado	Porcentaje
No sabe	5	50%
Si	3	30%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta empresa GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Elaboración propia

Gráfico 2. Valores Corporativos



Fuente: Encuesta empresa GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Elaboración propia

Cuadro 3. Valores corporativos

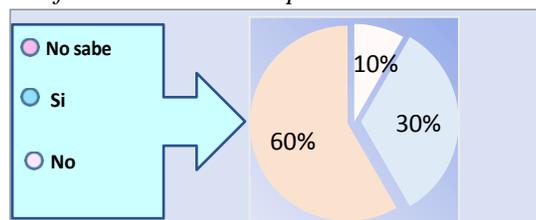
¿Cree usted que la identidad de una empresa, se encuentra enlazada a los valores corporativos?

Respuesta	Resultado	Porcentaje
No sabe	60	50%
Si	3	30%
No	1	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta empresa GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Elaboración propia

Gráfico 3. Valores Corporativos



Fuente: Encuesta empresa GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Elaboración propia

Cuadro 4. Valores corporativos

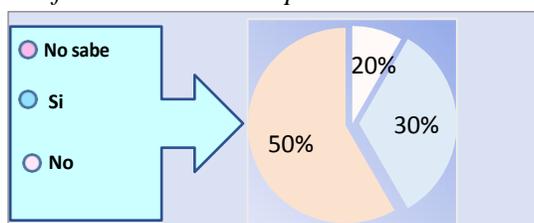
¿Cómo se ve usted reflejado el trabajo en equipo, dentro de su organización?

Respuesta	Resultado	Porcentaje
No sabe	5	50%
Si	3	30%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta empresa GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Elaboración propia

Gráfico 4. Valores Corporativos



Fuente: Encuesta empresa GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Elaboración propia

Cuadro 5. Valores corporativos

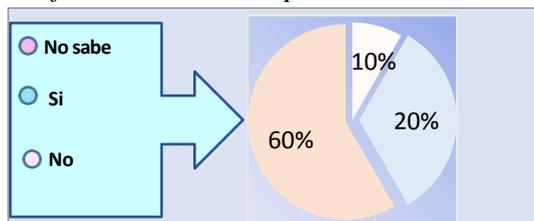
¿Conoce usted cuales son los valores que se destacan en la entrega de sus pedidos y cómo?

Respuesta	Resultado	Porcentaje
No sabe	6	50%
Si	2	30%
No	1	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta empresa GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Elaboración propia

Gráfico 5. Valores Corporativos



Fuente: Encuesta empresa GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Elaboración propia

Cuadro 6. Valores corporativos

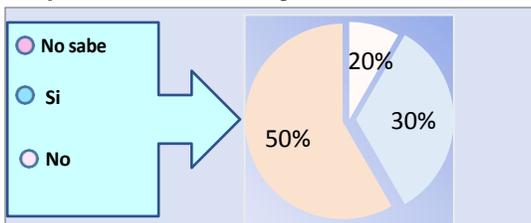
¿Considera usted que influye el valor de la transparencia y lealtad en su empresa

Respuesta	Resultado	Porcentaje
No sabe	50	50%
Si	3	30%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta empresa GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Elaboración propia

Gráfico 6. Valores Corporativos



Fuente: Encuesta empresa GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Elaboración propia

Cuadro 7. Valores corporativos

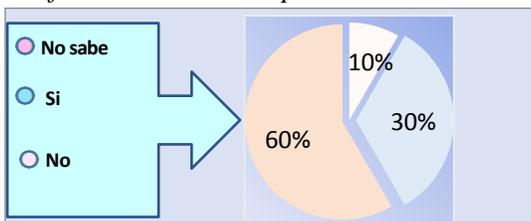
¿Cuáles son los principales valores que distinguen a su empresa de las demás?

Respuesta	Resultado	Porcentaje
No sabe	6	60%
Si	3	30%
No	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta empresa GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Elaboración propia

Gráfico 7. Valores Corporativos



Fuente: Encuesta empresa GRUPO RONQUILLO SANDOYA

Elaboración propia



Valores Corporativos

Estudio de caso

5%

Similitudes



0% Texto entre comillas

0% similitudes entre comillas

0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Estudio de caso finalizado (1)-5-27.pdf
ID del documento: 7b664949f3459c6e8de8f13885df842dad51497a
Tamaño del documento original: 309,91 ko
Autor: Emely Denisse Riquero Carpio

Depositante: Emely Denisse Riquero Carpio
Fecha de depósito: 30/3/2023
Tipo de carga: url_submission
fecha de fin de análisis: 30/3/2023

Número de palabras: 5832
Número de caracteres: 38.075

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.questionpro.com Lealtad empresarial: Qué es y cómo fomentarla en tu orga... https://www.questionpro.com/blog/es/lealtad-empresarial/ 1 fuente similar	1%		Palabras idénticas : 1% (74 palabras)
2	blog.hubspot.es Cultura organizacional: qué es, tipos, elementos y ejemplos https://blog.hubspot.es/marketing/cultura-organizacional 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (37 palabras)
3	www.muchomejorecuador.org.ec Como afecta la puntualidad a los negocios https://www.muchomejorecuador.org.ec/la-puntualidad	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (25 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	scielo.sld.cu Desarrollo de valores organizacionales para la innovación social. Una ... http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842019000100003	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (39 palabras)
2	Documento de otro usuario #b91371 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (36 palabras)
3	www.ifedes.com Adaptabilidad en los equipos como clave de éxito - IFEDES https://www.ifedes.com/la-adaptabilidad-en-los-equipos-como-clave-del-exito/#:~:text=La adaptabilida...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (26 palabras)
4	catalejovirtual.com La Ética Corporativa Catalejo Virtual https://catalejovirtual.com/la-etica-corporativa/	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (16 palabras)
5	www.bizneo.com 11 valores de una empresa que influyen en los resultados de ne... https://www.bizneo.com/blog/valores-de-una-empresa/	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (10 palabras)