



Gerencia ética como base de la responsabilidad social empresarial

Jackson Anahole*
Néstor Morrell**

Resumen

El presente artículo tiene como propósito evaluar la gerencia ética como base de la responsabilidad social empresarial con énfasis en sus valores, fundamentación y perspectivas. La investigación es de tipo documental, realizándose para ello la confrontación con diversos autores. Metodológicamente estuvo dirigida a plantear la ética como origen esencial de la responsabilidad social empresarial. La revisión de las teorías muestra como resultado que sin ética personal e institucional, difícilmente se construye una reputación empresarial, evidenciándose que ser socialmente responsable impacta los diferentes grupos de interés que tiene una empresa. La conclusión gira en torno al reto que tienen los nuevos empresarios para asumir las exigencias propias de la relación empresa-entorno.

Palabras clave: Gerencia ética, responsabilidad social.

* Cursante del Doctorado en Ciencias Gerenciales (URBE). MSc. en Gerencia Empresarial (URBE). Ing. Mecánico (LUZ). E-mail: anaholej@pdvsa.com

** Cursante del Doctorado en Ciencias Gerenciales (URBE). MSc. en Gerencia de Proyectos Industriales (URBE). Ing. Geodesta (LUZ). E-mail: nestor_morrell@yahoo.com

Ethical management as a basis for corporate social responsibility

Abstract

The purpose of the article is to appraise ethical management as a basis for corporate social responsibility with an emphasis on its values, foundations and perspectives. The study is of a documentary type made by contrasting several authors. Methodologically, it was focused on proposing ethics as the essential origin for corporate social responsibility. The review of theories indicated that without personal or institutional ethics, it is difficult to build a corporate reputation, evidencing that being socially responsible impacts a company's different interest groups. The conclusion deals with the challenge that new entrepreneurs face when assuming the demands of the company-environment relationship.

Key words: Ethical management, social responsibility.

Introducción

La ética es el conjunto de principios y valores que hace más humana y meritoria la convivencia entre los hombres. Sus principios se fundan como paradigmas morales para ser aplicados mediante una correspondiente necesidad de clarificación y de discusión pública; estos son conocidos con independencia y antelación, antes de ser aplicados. Los valores son las ideas abstractas regidas por el pensamiento y la acción para soportar la cultura, visión y misión de una persona.

En una organización, dichos valores vendrían a ser las creencias radicadas en el negocio y su gente, a fin de guiar la estrategia organizacional. Para Cortina (1996), la ética empresarial permite desvanecer los conflictos existentes en la organización mediante una reflexión moral, que ayude al trazo de las discusiones y maniobras con acuerdos justificados apropiados a la conducta.

El hecho según el cual una organización se hace responsable de sus actos no es nuevo. En todos los países desarrollados existe una legislación detallada, en lo civil, penal, laboral, que especifica las responsabilidades que tienen de las personas y corporaciones. Los países desarrollados cuentan con sistemas judiciales suficientemente fiables, que tratan de imponerlas con alcances legales, cuando es necesario. Lo que es nuevo es la conciencia social

de esa responsabilidad corporativa, y que ésta debe hacerse efectiva, incluso cuando la ley no lo prescriba.

Se mencionan algunos ejemplos en lo que atañe a hechos realizados fuera de las fronteras del país de nacionalidad de la corporación, cuando ninguna ley protege el bien afectado o en caso de un procedimiento de reparación judicial tan lento como inútil. Estas situaciones, y en otras, la presión directa de agentes internos y externos a la organización consiste en tomar acciones, al margen de si tienen una obligación legal de hacerlo.

Toda empresa, debe contar con un respaldo de un código de ética que rige todo el personal, además, de su grado de compromiso social con la comunidad, y sus clientes. Con frecuencia, la ética empresarial también se ocupa del estudio de las virtudes personales en el mundo de los negocios. Se trata de mostrar que tales condiciones forman parte de la correcta comprensión de lo bueno para: un directivo, el grupo de personas que constituye una organización o la integración a la sociedad.

Las empresas deben resguardarse en pro de conservar su ética y garantizarla. El avalarse de códigos adecuados resulta imprescindible, al considerar que una economía globalizada y orientada a consumidores e inversores, los escándalos financieros, los desastres ecológicos o la injusticia en el comercio y las relaciones de trabajo, ya no son sólo un problema legal.

Desde hace tiempo, las grandes corporaciones tienen conocimiento de que las mayores sanciones no son las impuestas por los gobiernos, sino la pérdida de su reputación y de la confianza de los mercados. En este contexto, la gestión de la responsabilidad corporativa se hace cada vez más relevante, no sólo como parte de la gestión del riesgo o de una política eficaz de relaciones públicas, sino como parte integral de la dirección y la organización empresarial.

Se vive una realidad dual en las corporaciones que tienen unos objetivos justificables, comprensibles y admitidos, basados en la consecución de beneficios, al no considerar los fines últimos del ser humano consensuados socialmente.

Existe una sociedad que, a diferencia de otras épocas históricas, se contempla a sí misma sin un modelo claro de finalidad. Los poderes públicos no tienen autoridad para generarlo y tampoco las corrientes de pensamiento; sin embargo, las empresas y organizaciones que actúan en el terreno de los hechos con un pro-

pósito claro, comprensible y admitido socialmente, son las que logran la obtención de sus beneficios.

Se admite tácitamente que las instituciones poseen destrezas reconocidas y demostrables, ya que, cuentan con procedimientos para eliminar el desacuerdo. Su papel es decisivo por su influencia a escala global; pueden ser un elemento positivo para el desarrollo de los pueblos o al contrario favorecer la corrupción, el estancamiento social y aplicar su enorme potencial destructor al medio ambiente.

En ocasiones, las decisiones de un director empresarial tienen más impacto en la población que las de un político, siendo éste último quien rinde cuentas ante los ciudadanos y no el primero. En la actualidad, esta situación ha cambiado, un directivo sensato reconoce que no sólo debe responder ante la propiedad.

La actitud pro-activa en cuanto a asumir responsabilidades, es una exigencia para las empresas, so pena de perder toda legitimidad social y, con ello, el papel económico que detentan. De la creciente demanda de justificación proviene la progresiva importancia de la reputación empresarial, que se materializa en beneficios, a través de la opinión generada de sus clientes y *stakeholders*.

El presente artículo se encuentra estructurado en tres partes fundamentales, la primera trata sobre la ética en las organizaciones, métodos utilizados, códigos de ética y la ética como ciencia normativa.

En la segunda, se profundiza sobre la responsabilidad social en las organizaciones, desde su origen y naturaleza, la asunción de un compromiso para el bienestar comunitario, los deberes y responsabilidad social comunitaria, participación, compromiso y perspectivas. Por último, se establecen algunas consideraciones finales de los autores sobre la temática desarrollada.

1. La ética en las organizaciones

La ética como una disciplina filosófica de carácter práctico, al reflexionar sobre la vida moral, se interesa por mejorar nuestra existencia, mediante la realización de lo que es bueno.

Como todo saber, la ética puede ser analizada etimológicamente, al investigar sus raíces lingüísticas. Al parecer, el primero que usó esta palabra fue el poeta Homero, quien entendía por *ethos*: "lugar habitado por hombres y animales". En este sentido primigenio, un pensador contemporáneo, Heidegger (2001), se re-

fiere al *ethos* como lugar o morada, y por ello dice que la morada, el *ethos* del hombre es el ser; otra interpretación interesante de la palabra, es la asumida por el filósofo griego Zenón, quien la define como fuente de vida, de la que emanan los actos singulares.

Pero, si toda ciencia tiene un objeto de estudio llamado campo de investigación, *factum* (hecho de cual parte, materia de estudio), ¿a cuál campo pertenece la ética?; su propósito radica en el estudio y comprensión del territorio cultural llamado moral. De acuerdo a ello, puede afirmarse que ética es la ciencia filosófica encargada de estudiar o reflexionar sobre la moral.

Debido a que la moral tiene un carácter humano y social, puede ampliarse esta definición: la ética es la disciplina filosófica que estudia el comportamiento moral del hombre en sociedad, respecto de su carácter filosófico, al representar una de las disciplinas fundamentales.

2. La ética y su método

Según Escobar (2004), la ética significa costumbre y la palabra moral viene del latín *mos*, *moris* que también significa costumbre. Por tanto, ética y moral etimológicamente significan lo mismo. Por lo que la definición nominal de ética sería: de las costumbres.

Lo que en realidad le interesa a la ética es estudiar la bondad o maldad de los actos humanos, sin interesarse en otros aspectos o enfoques. De tal manera que su objeto material de estudio son los actos humanos y su objeto formal es la bondad o maldad de dichos actos. Es posible dar una definición real de la ética como aquella que estudia la bondad o maldad de los actos humanos.

Con esta definición se afirma que la ética posee dos aspectos, uno de carácter científico y otro de carácter racional. El carácter científico se fundamenta en la unidad de la ética, pero, ¿por qué una ciencia?, ¿por qué no una técnica? Para aclarar esta duda es necesario definir lo que es una ciencia.

La ciencia fundamentada, establece un patrón universal de la realidad y puede decir cómo se va a comportar dicha realidad; es decir, que puede predecir el comportamiento de un objeto, debido a que proporciona procesos en el cual actúa, así pues ella no “indica” como se comporta un objeto, sino como “debe” actuar. En este alcance, la ciencia es fundamentada, ya que utiliza al científi-

co, que es el encargado de corroborar la adecuación del modelo con la realidad, por todos los medios posibles.

En fin, el carácter científico de la ética se basa en que ésta se presenta como un paradigma que es valioso para la sociedad. La ética no es una ciencia experimental, sino racional, al fundamentar sus principios por medio de la razón, e implica, el porqué de la bondad de una conducta; a ella le concierne proporcionar las razones por las que ciertas conductas son buenas y por tanto, dignas de realizarse y también argumentar en contra de conductas malas: el engaño, el robo, entre otras.

La ética también es una ciencia normativa, ya que estudia lo que es normal, pero no lo normal de hecho, que es lo que suele suceder, sino lo normal de derecho, es decir, lo que debería suceder. Entonces, es posible decir que se actúa de un modo ético, cuando en esta conducta lo normal de hecho, coincide con lo normal de derecho.

La ética como toda ciencia posee un método que permite su profundo conocimiento; el mismo se desglosa como sigue:

- Observación: este paso también es propio del método científico. La ética no sólo consiste en acercarse al hecho real y percibirlo en forma penetrante y amplia, sino que permite estudiarlo tal como se presenta en la realidad, para explicarse el cómo y el porqué de ese hecho.
- Evaluación: se emite un juicio moral, es decir, se trata de catalogar el acto observado, dentro de las categorías morales previamente establecidas, ya estudiadas; para decir que este puede ser: reprobable, honesto, obligatorio, bueno, amable, recomendable, entre otras. Es necesario la valoración moral para catalogar con más detalle el acto estudiado.
- Percepción axiológica: en este aspecto se trata de descubrir los valores que el individuo no ha sido capaz de percibir. Una vez desarrollado este proceso, es posible dar valor al acto estudiado, tomando en cuenta uno de ellos.

3. Código de ética para las empresas

Según Cortina (1996), la ética de accionistas, propietarios, administradores y directivos es imprescindible para que la empresa del siglo XXI, pueda cumplir adecuadamente sus fines, en la medida en que constituye el requisito necesario para garantizar y equilibrar los derechos e intereses de todos los grupos por ella

afectados: empleados, clientes, accionistas, proveedores, socios de negocios y sociedad en general.

La ética presupone el cumplimiento riguroso de la legislación que en cada caso sea aplicable, así como de los estatutos sociales y reglamentos de funcionamiento interno de la sociedad, en caso de existir.

Los principios éticos de una empresa exigen que los accionistas y propietarios se constituyan en garantes del cumplimiento de las obligaciones de administradores y directivos. El presente código nace con la pretensión de ser aplicable, de manera general, y debe ser entendido también como un marco susceptible de ser adaptado a las peculiaridades de cada una de ellas; de manera que contemple la aplicación de la misma y un desarrollo sostenible, en línea con la actividad específica de cada organización.

Idealmente, corresponde al Consejo de Administración, la formulación del Código Ético de la empresa y a la Junta General de Accionistas su aprobación. No obstante, el propio Consejo, que procede además a su aprobación, debe ser sometido a la ratificación de la Junta.

4. Origen y naturaleza de la responsabilidad social

Según Guédez (2006), la responsabilidad social empresarial (RSE) o sostenibilidad empresarial, es la contribución de las empresas al objetivo de alcanzar un compromiso social compartido.

Si bien, no existe una definición de responsabilidad social empresarial universalmente aceptada, en España la más utilizada es la propuesta ofrecida en el año 2005, por el Foro de Expertos en RSE, constituido en el seno del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, para debatir posibles medidas del Gobierno y fomentar esta práctica, en él participaron representantes de entidades de la sociedad civil (organizaciones sociales, empresariales, y universidades) y de varios ministerios.

Según la definición planteada en este foro, la responsabilidad social de las empresas es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos de las preocupaciones sociales, y de respeto a los derechos humanos, que surgen de una comunicación transparente con sus grupos de interés, asumiendo las consecuencias y los impactos que se derivan de ello.

Una empresa es socialmente responsable, cuando actúa para satisfacer las expectativas, que sobre su funcionamiento tienen los distintos grupos de interés. La responsabilidad social empresarial se refiere a cómo las empresas son gobernadas respecto a los intereses de sus trabajadores, sus clientes, proveedores, accionistas; el impacto ecológico y social que sufre la sociedad, se deriva de una gestión de empresa que respeta a todos sus grupos de interés, ello supone un planteamiento de tipo estratégico, que debe formar parte de la gestión cotidiana en la toma de decisiones y operaciones de toda la organización, creando un valor a largo plazo, al contribuir significativamente a la obtención de ventajas competitivas duraderas.

La importancia tanto de los órganos de gobierno, como de la dirección de las empresas, radica en asumir la perspectiva de la responsabilidad social empresarial. Si bien, dicha responsabilidad corresponde en primer lugar a las empresas, se extiende a todas las organizaciones que aportan un valor añadido a la sociedad, sean estas públicas o privadas, con ánimo o sin ánimo de lucro.

De la definición se desprende, que alcanzar el objetivo de un desarrollo más sostenible concierne tanto a las instituciones (por ejemplo: empresas, ONG's, administraciones públicas, medios de comunicación o universidades) como a los ciudadanos (por ejemplo: inversores y consumidores). La base para incentivar el cambio social y ambiental, es por tanto la corresponsabilidad, es decir, el compromiso de todos los sectores de la sociedad para participar activamente en la construcción conjunta de soluciones prácticas a los grandes retos económicos, medioambientales y sociales, a ser afrontados; tales como: competitividad responsable, la diversidad, equidad de género, entre otros.

5. ¿El por qué de la responsabilidad social empresarial?

Esta inquietud se pone en contacto con las causas, razones o motivos que promueven una acción y las causas de la responsabilidad social empresarial se relacionan con las ideas de retribuir, compartir, contribuir y corresponsabilizar. Las organizaciones deben retribuir de alguna manera las condiciones y posibilidades que la sociedad les aporta. Es sabido que la empresa nace en el seno de la sociedad y, ello asegura su perspectiva en el marco del futuro, de allí se desprende su finalidad. En este orden, también

se incorpora la necesidad de contribuir, sin esperar nada a cambio, con las condiciones de su entorno y la comunidad, cuestión que le reporta beneficio en su área de vecindad.

6. La ética y la responsabilidad social en las empresas para el bienestar comunitario

Según Guédez (2006), son expresiones concéntricas, en tanto que la primera promueve entre sus ondas expansivas a la segunda, pues la ética es una especie de núcleo que incentiva distintas resonancias, una de las cuales es la responsabilidad social. Esta manifestación funciona al asumir la ética como cualidad humana individual y como conducta asumida en grupos y organizaciones. Para comprender estas expansiones, es necesario precisar tres aspectos importantes:

a. La ética personal no asegura la de las organizaciones, pero no puede pensarse la ética en las organizaciones independientes de las personas que las integran.

b. El comportamiento ético dentro del marco de las empresas no asegura una conducta socialmente responsable fuera de ella, pero difícilmente puede ejercerse una responsabilidad social hacia el entorno, sin una conducta ética en el marco de las organizaciones.

c. Resulta muy difícil pensar en una ética, al margen de una responsabilidad social asumida personal y organizacionalmente. Ambos conceptos son consustanciales.

Al intentar ajustar las ideas expuestas se puede considerar que la responsabilidad social es una de las manifestaciones más significativas de la ética organizacional. De manera explícita, se afirma que la responsabilidad social es el testimonio de presencia tangible de la empresa respecto a la sociedad a través de la cual opera. Es la traducción comunitaria de los principios que alimentan a la cultura interna de una empresa.

Estas relaciones se comprenden mejor, si se recurre a una matriz de regulación (Tabla 1) que permite diferenciar las razones entre la motivación ética y las conductas de responsabilidad social.

Tabla 1
Matriz de Regulación

Aspectos	Regulación	Acción
Lógico	Premisas-Situaciones	Deducir
Legal	Normas-Reglamentos	Cumplir
Sistemas / Procesos	Pautas- Guías	Acatar
Éticos	Principios- Valores	Decidir

Fuente: Guédez (2006).

Una rápida lectura de esta matriz indica, que las situaciones asociadas con una realidad lógica ameritan deducciones como resultado de analizar éstas y definir premisas.

En los casos reales se debe recurrir a las normas y reglamentos jurídicos que ofrecen para cumplir. Cuando, por el contrario, existe relación con los sistemas de procesos, se debe atacar lo que pautan las guías correspondientes.

Al ubicarse en el ámbito propiamente ético, no es posible deducir ni cumplir ni atacar, más bien se impone orientar la libertad, a partir de principios y valores que permiten la toma de una decisión.

7. Deberes éticos y responsabilidad social comunitaria

Hablar de deberes y de responsabilidad implica resaltar dos ideas medulares en el ámbito de la ética. Si se presiona mucho el asunto para hacer diferencias, se encuentra que la responsabilidad social es a las empresas lo que los deberes éticos son a las personas. Hay una equivalencia que permite recordar, que no puede haber responsabilidad social en las empresas, independiente de los deberes éticos de las personas que las conforman.

Para comprender el significado preciso de los deberes éticos, se debe previamente recorrer los distintos tipos de deberes (Tabla 2). Con ello no sólo se establecen diferencias esclarecedoras, sino también se delimita y atiende la verdadera esencia ética del concepto de deber.

Tabla 2
Tipos de deberes

Deberes de	Naturaleza	Condición	Énfasis
Aceptación	Impuesta	Externa	Legal
Compromiso	Acordada	Suscrita	Social
Interés	Orientada	Estratégica	Negocio
Proyecto	Voluntaria	Filantrópica	Ético

Fuente: Guédez (2006).

Como se aprecia, existen cuatro tipos de deberes. Los deberes de aceptación son aquellos que son impuestos desde el exterior del sujeto y proceden de normativas morales o legales, uno los asume y los cumple sin márgenes de divergencia, toda vez que forman parte de establecimientos formales e incontrovertibles. Los deberes de compromiso, por su parte, son aquellos que se adquieren como resultado de un acuerdo de palabra o de la suscripción de un contrato o convenio. Uno los reconoce por haberlos procesado en conocimiento de sus exigencias.

En tercer lugar se encuentran los deberes de interés, que se incorporan como consecuencia de una conveniencia y se orientan a la consecución de un beneficio. Responden a una condición estratégica porque se vinculan al interés de recibir más de lo que se da. Finalmente, están los deberes que se inscriben en un proyecto personal, los cuales son asumidos voluntariamente y sin esperar ningún beneficio a cambio, estos son los propiamente éticos, pues no se basan en ningún dividendo externo a la decisión particular y autónoma del sujeto.

8. La participación y el compromiso

Según Almeida (1996), las palabras de uso común tienen las definiciones más complejas. Ello se debe a que por usarse habitualmente en la vida cotidiana, se enriquecen cada día con los múltiples significados que le otorgan las personas. En términos más técnicos, se dice que a la denotación, la definición o las definiciones “oficiales” que dan los diccionarios, se unen muchos otros sentidos que se llaman connotaciones, construidos por las culturas en sus diversas formas.

Ocurre de idéntica manera con el concepto de participación, y como además se trata de un término clave para la psicología comunitaria, es necesario precisar su uso en esta área del conocimiento. Pero no es fácil encontrar una definición de participación, puesto que se le ha conceptualizado desde muchas perspectivas.

Se enfatiza también la visión política: vía para alcanzar el poder, y lograr un desarrollo social o para ejercer la democracia; también se considera en el plano comunicacional: informar y ser informado, escuchar y ser escuchado; o a partir del nivel económico: compartir ciertos beneficios materiales (tener parte). Si se toman los puntos de vista mezo y micro social, se habla de procesos sociales y psicosociales, mediante los cuales las personas se movilizan para la consecución de ciertos objetivos que les permitan satisfacer necesidades y producir cambios sociales. Al analizar las connotaciones inmersas en la acción de participar, afirma Montero (2004), que existen al menos tres de carácter general, tanto del uso común como en la investigación social, ellas son:

- a. Ejecutar o estar involucrado en algún acto o fenómeno social, en el cual otras personas están presentes de la misma manera.
- b. Hacer partícipes a terceros de hechos o acontecimientos, informales o introducirlos como conocimientos o acciones que emanan de la fuente informativa.
- c. Compartir circunstancias y emociones con otras personas.

9. Situación actual y perspectivas

Según García (1997), los problemas y potencialidades que se perciben como prioridad para una propuesta de desarrollo económico social en un territorio determinado, no se limitan simplemente a describir una determinada situación y sus tendencias, sino que procuran explicar las causas que originan dicha situación, y anticipar sus implicaciones en los objetivos que orientan la propuesta.

En la planificación del desarrollo comunal, el diagnóstico se refiere fundamentalmente, tanto a las condiciones de vida de la población, al funcionamiento actual y tendencias de la economía local, como a las limitaciones y posibilidades que ofrecen la infraestructura y equipamiento comunal. Su elaboración implica reunir un conjunto de información relevante y útil destinada a interpretar la evolución de la estructura económica, social y espacial de la comuna, para poder explicar la problemática que en-

frenta la municipalidad en sus múltiples dimensiones, si se tiene como marco de referencia la situación y perspectiva a nivel regional y nacional.

Para describir y explicar la situación actual, se hace necesario remontarse al pasado histórico reciente, y estudiar el proceso de cambio ocurrido hasta el presente. A fin de mostrar las perspectivas del futuro, hay que proyectar las tendencias más significativas y anticipar aquellas situaciones que podrían acarrear dificultades y/o limitar el desarrollo.

En este intento, juegan un papel importante la predicción de posibles eventos y la prefiguración de escenarios a largo plazo. Por ello, tanto la prospectiva como la construcción de escenarios, se entiende como método asociado de diagnóstico y, de hecho, se habla del diagnóstico prognosis como un sólo conjunto de actividades mediante un proceso de análisis de aproximaciones sucesivas. Corresponde en esta fase identificar las posibilidades reales de actuación públicas y privadas en un horizonte de mediano y largo plazo.

Los objetivos o propósitos que se persiguen en la ejecución de planes determinados se refieren a lo que se pretende lograr en sus diferentes dimensiones de desarrollo de dicho proceso: (economía, social, cultural, territorial), los objetivos pueden expresar situaciones deseadas como: la evolución esperada de las principales actividades económicas, la superación de situaciones deficitarias, las transformaciones necesarias en la infraestructura urbana y rural, otras. También puede referirse a valores que se desean implantar y/o desarrollar como una activa participación ciudadana en las decisiones, una mayor organización social, desarrollo cultural, nuevos horizontes para la juventud, entre otros. Los propósitos reflejan las aspiraciones de la comunidad, si se tiene como marco de referencia las posibilidades y limitaciones identificadas en el diagnóstico.

El enunciado debe ser congruente con el enfoque analítico adoptado en la fase de diagnóstico y las aspiraciones expresadas por la comunidad, es decir, guardar relación con los principales problemas detectados, sus causas y consecuencias.

Si existe una estrecha interdependencia entre las formas de uso y espacio, las posibilidades de crecimiento económico y el bienestar de la población, guardan una mayor claridad expositiva con los objetivos de un determinado plan de desarrollo comunal y pueden ser agrupados entre grandes bloques:

- Lograr el mejoramiento de las condiciones de vida de la población.
- Expresar la voluntad de lograr un crecimiento económico estable.
- Remitir a los problemas de la organización.

Consideraciones finales

El mayor reto que enfrenta la humanidad es la reducción de la pobreza; no se tendrá éxito en ello si no es tomado en cuenta el crecimiento económico, factor que depende de un sector privado pujante. Cada vez más, las compañías entienden el beneficio de tomar en consideración y actuar con respecto a la responsabilidad social. El debate ayuda a las compañías a comprender y darse cuenta qué podría convenir puramente a sus intereses comerciales, a largo plazo y que ésta es su más poderosa fuerza de impulso.

Finalmente, para cualquier líder empresarial resulta imprescindible la supervivencia de la compañía a largo plazo. Si no se le presta la debida atención se corre el riesgo de poner en peligro nuestra razón de ser. Se llama a la reflexión, que para hablar de ética y responsabilidad social empresarial, se debe ser una persona ejemplar cuya práctica diaria debe estar orientada al bienestar y justicia.

También es posible comenzar a impulsar la enseñanza de estas costumbres con programas desde las bases, como son las escuelas en los niveles básico e intermedio. Garantizar la ejecución y seguimiento de los programas de desarrollo comunitario que provienen de la educación superior. En definitiva, no existe desarrollo social bajo cualquier esquema, sin la puesta en práctica de una ética gerencial.

Referencias bibliográficas

- ALMEIDA, L. (1996). **La Participación Ética de la Empresa**. Madrid, España: Editorial Dykinson.
- CORTINA, A. (1996). **La Ética Empresarial**. Madrid, España: Editorial Trotta.
- ESCOBAR, G. (2004). **Ética. Introducción a su Problemática y su Historia**. México: Mc Graw Hill.
- GARCIA, J. (1997). **El Desarrollo Comunal** (1ª. ed.). Colombia: Mc Graw Hill.

- GUÉDEZ, V. (2006). **Ética y Láctica de la Responsabilidad Social Empresarial**. Editorial Planeta Venezolana S.A.
- HEIDEGGER, M. (2001). **La Ética. Construya los cimientos de su planeación**. México: Editorial Prentice Hall.
- MONTERO, M. (2004). **Introducción a la Psicología Comunitaria**. Buenos Aires: Editorial Paidós.