

## Ética y responsabilidad social en la formación gerencial

René Hernández, Karin Silvestri y Joel Cobis

*Universidad del Zulia. Núcleo COL. Grupo de Investigación Desarrollo Gerencial.*

*E-mail: formaciongerencial@cantv.net*

### Resumen

---

La investigación tiene como objetivo vincular la ética y responsabilidad social en la formación gerencial impartida en las universidades nacionales autónomas en Venezuela, específicamente enmarcadas en las escuelas de profesionales de administración. La investigación es de tipo descriptiva y permitió obtener información acerca de la responsabilidad social que tienen las universidades en la enseñanza de la ética para la formación de la gerencia de las organizaciones. Como resultado se obtuvo que una reorientación en la Formación gerencial impartida en las universidades, podría generar beneficios de gran alcance para la sociedad postmoderna en una franca ruptura de los paradigmas tradicionales del currículo según refiere Llano (1997), con miras a generar el equilibrio entre las demandas de las organizaciones y la responsabilidad social colectiva que espera la humanidad, sin relativismos morales de los profesionales en el área de la gerencia.

**Palabras clave:** Responsabilidad social, ética, formación gerencial, universidades.

\* Este artículo fue presentado en la VI Jornadas de Investigación y Postgrado.

# Ethics and Social Responsibility in the Managerial Formation

## Abstract

The investigation has as objective to link the ethics and social responsibility in the managerial formation imparted in the autonomous national universities in Venezuela, specifically framed in the schools of administration professionals. The investigation is of descriptive type and it allowed to obtain information about the social responsibility that you/they have the universities in the teaching of the ethics for the formation of the management of the organizations. As a result it was obtained that a reorientation in the managerial formation imparted in the universities, it could generate benefits of great reach for the postmodern society in a frank rupture of the traditional paradigms of the curriculum as refers Llano (1997), with an eye toward generating the balance among the demands of the organizations and the collective social responsibility that the humanity waits, without the professionals' moral relativisms in the area of the management.

**Key words:** Social responsibility, ethics, managerial formation, universities.

## Introducción

En el ámbito global la generación del conocimiento por parte de las universidades en la actualidad es fuente de críticas constantes, dado el crecimiento de la pobreza y las deficientes plazas de empleo para los recursos que en ella se forman, casi en forma masiva. Las exigencias de la sociedad apuntan hacia el aprovechamiento de los recursos escasos, en función de la satisfacción de necesidades reales de la población y del mercado.

Se amerita la formación de personal capaz de flexibilizar a las organizaciones ante los rápidos cambios que genera el entorno de los negocios, asegurando que las estrategias sean receptivas ante las variaciones frecuentes. Las modificaciones masivas en los estilos administrativos y las estructuras que suelen alcanzar ventajas temporales tal como establecen Brooke y Mills (2000), como parte de las nuevas realidades que se encuentran latentes en el entorno que ameritan una mayor velocidad de respuesta.

En tal sentido, surge la necesidad de determinar la pertinencia del producto generado por las Universidades como instituciones en las cuales se capacitan gran cantidad de recursos humanos a escala interna y que poseen personal calificado para generar cambios en la formación gerencial tanto del sector productivo, como del sector público.

La demanda de una participación activa de la Universidad, como ente, frente a los diversos cambios que se exigen en el entorno, requiere un replanteamiento de la misión y visión de la institución, para ello se amerita un análisis de sus fortalezas y debilidades, considerando las oportunidades existentes, con lo cual se arrojaría un diagnóstico del estado de la Responsabilidad Social Corporativa, dada su vinculación con el entorno.

Es importante destacar entonces la interrogante acerca de ¿cual es la Responsabilidad Social de la Universidad en la Formación Gerencial?.

Para dar respuesta a esta interrogante deben analizarse una serie de temas entre los cuales se destacan lo que se define como: Ética en los negocios, institucionalización de la responsabilidad social, responsabilidad social corporativa la pirámide de la responsabilidad social corporativa, la innovación y la pertinencia de la formación gerencial impartida por las universidades.

## Fundamentos Teóricos

### Ética en los Negocios

Autores como Kliksberg y Etkin han coincidido en diversos estudios en proporcionar ciertos factores que *per se* contribuyen al desarrollo humano y que son elementales en el

ámbito global, entre éstos pueden citarse la ética y su respectiva enseñanza. La ética se puede aprender -y enseñar-, mediante los procedimientos tradicionales de transmisión del conocimiento: libros, artículos, clases, conferencias, seminarios y debates, según refiere Argandoña (1999), lo cual facilitarían su inserción en los patrones culturales.

Corresponde analizar la medida en que la ética empresarial lleva al cierre en el modo de pensar profesional, a la escisión respecto de valores sociales que atraviesan las disciplinas y divisiones científicas impartidas durante el proceso de enseñanza profesional y por ende a su respectiva aplicación al colectivo.

En la actualidad los sistemas de enseñanza deben apuntar a una visión holística en la formación gerencial de profesionales, específicamente en la rama de negocios (administración, contaduría pública y economía), que destaque el componente ético en la formación de los futuros profesionales. En este sentido Gómez (2005) señala la consideración de una cultura ética con una cultura de responsabilidad perentoria que se le plantea a las organizaciones actuales, a la que no escapan aquellas de educación superior.

Básicamente se requiere del establecimiento de una formación ética del individuo que a su vez incidirá en los valores, comportamientos y actitudes que este desarrollará dentro de las organizaciones en las cuales se desempeñe, lo cual a su vez va a ser un indicador de la responsabilidad social que esta organización va a asumir en el futuro.

### **Institucionalización de la Responsabilidad Social**

La responsabilidad social en forma general se define como el conjunto de relaciones, obligaciones y deberes generalmente aceptados que las organizaciones tienen con la sociedad. La mayoría de las definiciones de la responsabilidad social de las empresas entienden este concepto como la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores, según Chacón (2001).

Al respecto, el libro verde de la Comunidad Europea analizado por Chacón (2001) establece que las empresas para ser socialmente responsables deben integrar esta responsabilidad en la gestión, entonces será necesario que tanto los directivos como los trabajadores reciban la pertinente formación en el área. En este contexto se inscriben los cursos y módulos de ética empresarial que deben impartirse en principio en las universidades, aunque esto abarque parcialmente el concepto más general de responsabilidad social, según refiere la autora.

### **Responsabilidad Social Corporativa**

En forma específica, según Bateman *et al.*, (2000) la responsabilidad social corporativa puede definirse como la obligación hacia la sociedad asumida por las empresas, en la cual las empresas con categoría de socialmente responsables van a maximizar sus efectos positivos sobre la sociedad y minimizar sus efectos negativos.

Otros investigadores participantes de las Jornadas de Responsabilidad Social: instrumento de gestión para la empresa social, refiere Vidal (2002) expresaron que la responsabilidad social corporativa se entiende como la integración por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

Esta definición corporativa coincide ampliamente con la de responsabilidad social empresarial con la cual está relacionada, dando fe del contrato social entre las organizaciones empresariales y la sociedad en la que operan directamente. Las formas de responsabilidad son válidas y generan buenos resultados a la sociedad, siempre y cuando las estrategias empleadas sean pertinentes y las organizaciones estén en disponibilidad económica de llevarlas a cabo.

De lo anterior se puede concluir que las organizaciones socialmente responsables pueden gozar de una posición más sólida respecto a su competencia al poseer una serie de ventajas competitivas sobre sus competidores, al establecer en forma clara su pertinencia con el entorno, relacionándose favorablemente con el mismo, destacándose así los elementos que conforman la pirámide de la responsabilidad social.

### **Pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa**

A continuación se presenta la clasificación que Bateman (2000) retoma de Carroll (1991) denominada la Pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa,

La clasificación que se presenta en la Figura 1 establece la existencia de:

- Responsabilidades económicas de las organizaciones como la base fundamental de su permanencia en el tiempo, por lo que debe producir y generar servicios para satisfacer demandas de la sociedad, constituyendo la esencia de su existencia.
- Responsabilidades legales, las cuales constituyen la obediencia a las leyes establecidas.
- Responsabilidades éticas, que involucran el cumplimiento de otras expectativas sociales, no contempladas en la ley.

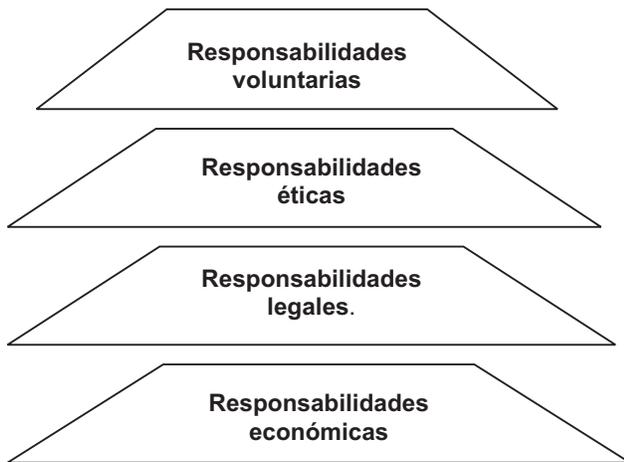


Figura 1. La Pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa. Adaptada de Carroll (1991).

- Responsabilidades voluntarias, las cuales son comportamientos adicionales y actividades que la sociedad amerita y que forman parte de los valores de la organización.

#### **Pertinencia de la Formación Gerencial impartida por las universidades**

Al hacer referencia a la pertinencia de la formación gerencial, Moreno *et al.*, (2002) plantean que el sector productivo para lograr adaptar sus estructuras a las nuevas realidades debe solicitar alianzas con los centros de investigación de las universidades, en las cuales participen o no organizaciones gubernamentales, como respuesta a las exigencias de la sociedad. Esta necesidad amerita crear un vínculo permanente entre la universidad, reforzando sus valores de intercambio con el entorno y proporcionando una retroalimentación positiva con el entorno al cual se debe incorporar.

La existencia de un divorcio entre la escuela y el mercado real de trabajo según refiere Llano (1997), producto de una sincronización inexistente pero necesaria, entre los profesionales que salen al mercado de trabajo y los requerimientos existentes por parte del sector empleador han resultado devastadores para la responsabilidad social que las empresas deben cumplir.

Según refiere Llano (1997), las instituciones educativas deben fomentar la formación de los ejecutivos de las empresas, de acuerdo a las necesidades existentes, cumpliendo así con las exigencias para las cuales se crearon las universidades, es decir, para la capacitación integral de los ciudadanos pero atendiendo a necesidades específicas de

formación que la sociedad amerita de ellas, a fin de garantizar la ubicación de los profesionales en el mercado de trabajo.

A tales efectos el autor establece la necesidad de adecuar la disposición de las clásicas T que rigen las relaciones del personal (*to transform, to transfer, to tolerate, to tire*) con su empresa, específicamente incorporando la vinculada con el Tamiz o una buena selección del personal, para evitar desechar un personal que ya ha sido seleccionado. Es allí, donde resulta necesario involucrar entre los requisitos de la selección, las características de los profesionales que egresan de las universidades y viceversa, de acuerdo a las necesidades del entorno debe existir una mayor coordinación entre la empresa y la universidad, para formarse los cuadros gerenciales en las instituciones educativas, producto de esta sincronización.

La investigación realizada por Hernández (2002) en gerentes venezolanos arrojó que el 80% de los consultados eran profesionales, egresados de tercer y cuarto nivel. La citada investigación coincidía ampliamente con la realizada por Granell (1994) la cual detectó que el nivel educativo del personal de las empresas es alto, producto de la formación gerencial de los recursos existentes dada la escasez de personal capacitado en el mercado de trabajo, para algunas áreas específicas.

Estos resultados obtenidos en empresas grandes y exitosas, demuestran la incidencia que tiene la formación gerencial en las exigencias de las organizaciones.

#### **La Responsabilidad Social Corporativa como eje de la Formación Gerencial**

Savater (2000), respecto a la necesidad de enseñar a aprender como base de la formación profesional del individuo refiere que el cambio más importante ante las nuevas demandas de la educación es la incorporación en forma sistemática de la tarea de formación de la personalidad. Según este autor se hace necesario para el desempeño productivo y el desempeño ciudadano el desarrollo de una serie de capacidades que no involucren solo conocimientos.

Villegas (1991) por su parte destaca, que el gerente como un factor multiplicador para agregar valor constantemente al funcionamiento de la organización, debe asegurarlo disponiendo de las personas capaces de hacer el trabajo, requiriendo de individuos con deseos y potencialidad para desarrollarse. La formación que este profesional obtenga en la universidad va a permitir proveer el valor agregado que se espera aporte a la organización y por ende a la sociedad.

De hecho, hay que resaltar la importancia de las universidades en la formación gerencial, específicamente en el campo de la responsabilidad social, según refiere Argandoña (1999) al afirmar que en las escuelas de dirección se debe enseñar ética, dada la necesidad de que los gerentes se deben comportar moralmente, haciendo hincapié en la parte de la función social que cumplen estas instituciones, no solo hacia sus estudiantes matriculados sino para la sociedad hacia la cual los egresados de estas van a desempeñarse.

Corresponde según Argandoña (1999), a las instituciones educativas como parte de su función, enseñar a los estudiantes a obtener beneficios y ganancias, pero a cambio las mismas no deben obtenerse a cualquier precio sino que debe tomarse en cuenta la dimensión social de las decisiones que puedan tomarse en el lugar de trabajo. Deben buscarse mecanismos, para integrar en el currículo de las instituciones educativas el desarrollo de las capacidades analíticas para el estudio y decisión de problemas morales, así como evaluar y anticiparse a los efectos éticos derivados de sus acciones.

## Conclusiones

La investigación realizada permitió obtener información acerca de la responsabilidad social corporativa de las universidades en función de la formación gerencial de las organizaciones. Es así como se analizaron posiciones tan elementales como las de Llano y Savater, el primero en torno a la separación actual entre el currículo universitario y las necesidades del personal de las organizaciones, en cuanto al segundo se analizaron los aspectos que debería abarcar esta formación en las instituciones educativas.

Amplias coincidencias de los autores citados, insisten en la necesidad de proporcionar una formación a los profesionales que se adapte a las necesidades del mercado de trabajo, lo cual va a repercutir en las políticas y cursos de acción que van a ser puestas en práctica por las organizaciones, generándose, producto de ello, la responsabilidad social con el colectivo sobre el cual ejerce influencia.

Los resultados de la debilidad de las organizaciones en cuanto a la responsabilidad social corporativa se observan en el deterioro del ambiente, producto de la ausencia de políticas coherentes para evitarlo por parte de los gerentes de una gran cantidad de empresas. Sin embargo, una reorientación en la formación gerencial impartida en las uni-

versidades, podría generar beneficios de gran alcance para la sociedad postmoderna en una franca ruptura de los paradigmas tradicionales del currículo, con miras hacia el equilibrio entre las demandas de las organizaciones y la responsabilidad social colectiva que espera la humanidad, sin relativismos morales.

## Referencias Bibliográficas

- ARGANDOÑA, Antonio (1999). **La Enseñanza de la Ética por el Método del Caso**. Publicaciones Universidad Pontificia. Salamanca. www.duoc.cl
- BATEMAN, T. (2000) **Administración. Una Ventaja Competitiva**. Irwin Mc Graw Hill. Mexico D.F.
- BROOKE, Michael y MILLS, William (2000). **El Ejecutivo Visionario**. Editorial Mc. Graw Hill, Colombia.
- CHACÓN, Carmen (2001). **La empresa social: la responsabilidad y la acción social de la empresa** www.gerenciasocial@org.ve
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001). **Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas**. Documento.
- GRANELL, Elena (1994). **Recursos Humanos y Competitividad en Organizaciones Venezolanas**. Ediciones IESA, Caracas, Venezuela
- GÓMEZ, Emeterio (2005). **La Responsabilidad Moral de la empresa capitalista**. Econoinvest. 1era Edición. Caracas, Venezuela.
- HERNÁNDEZ, Rene (2002). **Determinación del Perfil del Gerente de Recursos Humanos**. Revista Formación Gerencial, Núcleo LUZ-COL, Año 1 No.1.
- LLANO, Carlos (1997). **Empleo, Educación y Formación Permanente**. Lo mejor de Executive Excellence. Panorama Editorial, México.
- MORENO, J. (2002). **Las incubadoras. Instrumentos de vinculación Universidad - sector productivo - sector público**. Revista de Ciencias Sociales, FACES - LUZ, Nueva Época, Vol. VIII, Nº 2.
- SAVATER, Fernando (2000). **El valor de Educar**. Editorial Ariel S.A. Colombia.
- THORNE, Paul (1993). **El Nuevo Gerente General**. Mc Graw Hill, Colombia.
- VIDAL, Isabel (2002). **Reflexiones sobre la Responsabilidad Social como estrategia empresarial**. Jornadas de Responsabilidad Social: instrumento de gestión para la empresa social. IMSERSO www.grupcies.com
- VILLEGAS, José (1991). **Desarrollo Gerencial. Enfoque Conceptual y Metodológico**. Ediciones VEGA. Caracas, Venezuela.