

Plataforma ética de la asociación de comerciantes e industriales del municipio Valera, Estado Trujillo

*(Ethical platform of the association of retailers and industrialists of Valera municipality,
Trujillo State)*

Bastidas, Oswaldo., Thais Valero., María de Egañez., Ely Godoy y Fidel Moreno*

Resumen. El aspecto ético es una preocupación que se debate, cada vez más en muchas organizaciones, tanto públicas como privadas, obedeciendo esto a una disminución de la confianza de los ciudadanos, respecto a la legitimidad y al valor de sus funciones. El propósito de esta investigación estuvo dirigido a analizar la plataforma ética de la Asociación de Comerciantes e Industriales de Valera (ACOINVA), principal ente para la formación empresarial, y la participación activa en la toma de decisiones públicas. El estudio se enmarcó en un diseño de campo, no experimental transaccional, de tipo descriptivo. Los resultados obtenidos arrojaron que ACOINVA refleja la presencia de su plataforma ética en forma incompleta al no contar con el código ético, justamente una de las premisas planteadas en las bases teóricas, en cuanto a la necesidad de contar con misión, visión, valores, código ético y sobre todo, su integración en el ámbito social y ambiental que permitan construir condiciones para el desarrollo humano sostenible a fin de alcanzar la legitimidad y responsabilidad ante la sociedad.

Palabras claves. Plataforma ética, dimensión política, dimensión moral, eticidad organizacional

Abstract. The ethical aspect is a preoccupation that struggles, more and more in many organizations, as much public as prevailed. Obeying to one diminution of the confidence of the citizens, with respect to the legitimacy and to the value of its functions. The intention of this investigation was directed in analyzing the ethical platform of the Association of Retailers and Industrialists of Valera (ACOINVA), the main being stops the enterprise formation, and the active participation in the public decision making. The study I frame myself in field design, nonexperimental transaccional, of descriptive type. The obtained results threw that ACOINVA reflects the presence of their ethical platform in incomplete form when not counting on the ethical code, exactly one of the raised ones of the theoretical bases, in whatever to the necessity to count on mission, vision, values, ethical code and mainly, his integration in social and environmental the scope that allows to construct conditions for the sustainable human development in order for reaching the legitimacy and responsibility before the society.

Key words. Ethical platform, political dimension, moral dimension, eticidad organizacional

Introducción

Las organizaciones humanas, vistas desde la perspectiva ética, como un conjunto de capacidades humanas para conjugar lo económico y lo social; implica concebirlas dentro de un marco de actuación moral con capacidad de compartir costumbres, principios y valores, lo cual fomenta un grado mínimo de cohesión social.

Para Ferrer (2007), la eticidad organizacional, se define como la capacidad humana por la búsqueda del arte orgánico de construir para el convivir, espacios humanos y cursos de acción tendientes al éxito organizacional; permite que las organizaciones, en su conjunto, respondan a un hecho más allá de lo económico. De manera que, la misión y la visión de las organizaciones; reflejen las condiciones de posibilidad de futuro sustentable, e identifiquen

su personalidad, a través del sistema de valores, creencias, normas y políticas, para el logro de sus fines económicos y sociales.

En este orden de ideas, el presente documento registra un análisis de la plataforma ética realizada a la Asociación de Comerciantes e Industriales del Municipio Valera del Estado Trujillo (ACOINVA).

Descripción del sector

La Asociación de Comerciantes e Industriales del Municipio Valera, es una organización gremial, autónoma, protagónica, financieramente sustentable, que agrupa a 270 Empresas, de comercio, servicio e industria, de la ciudad de Valera y sus alrededores, cuyo compromiso apunta a la defensa de los derechos humanos fundamentales, la ética y la libre iniciativa, con criterios de competitividad sostenible y calidad de servicio, en pro del fortalecimiento de la empresa y el desarrollo socioeconómico del estado Trujillo, mediante la formación empresarial y ciudadana, y la participación activa en la toma de decisiones públicas que impacten la calidad de vida de la fuerza productiva y la sociedad en general.

Pero sobre todo, **ACOINVA** aspira ser, en el Municipio Valera, una Asociación que sirva de guía en la transformación del sector productivo y comercial hacia el afianzamiento y unificación de una red de empresas competitivas, interactivas y responsables socialmente, así como propiciadoras del progreso económico y humano en el ámbito local y regional.

Fundamentación teórica

Ética organizacional o plataforma ética

Existen diversas definiciones sobre ética organizacional y entre ellas se menciona la siguiente, Cortina (1996). “La ética organizacional o de los negocios, se centra en la concepción de la empresa como una organización económica y como una institución social” (p.14); es decir una organización que desarrolla una actividad determinada en la que resulta fundamental, el proceso de toma de decisiones y la función directiva.

En este sentido, el objetivo de la ética a nivel corporativo debe hacer hincapié en que los involucrados se formen de una manera integral y no hacer un enfoque formativo solo orientado a la maximización de los beneficios económicos, sino también dar a conocer que las decisiones que se toman en el ámbito empresarial, tienen efectos en el entorno, los cuales pueden en un momento dado tener consecuencias adversas en la sociedad, de allí la necesidad de incorporar la dimensión social-ética en la gestión.

No obstante, no se trata solo introducir la ética en la empresa como una moda, para mejorar la imagen o para quedar bien, sino está acompañada de las acciones que demuestren o evidencien que se está actuando de una manera ética y responsable; y en este sentido, la responsabilidad ciudadana ejerce un papel muy importante al exigir o demandar

que las empresas que le suplen sus bienes y servicios incorporen y apliquen los valores éticos en las empresas.

De lo anterior, se deduce que la ética puede aplicarse a las organizaciones en tres sentidos, tal como lo señala Argandoña (1997). En primer lugar, cumple y facilita a sus miembros a cumplir con el sistema ético acordado, segundo, busca el beneficio colectivo y lo practica mediante sus acciones, y tercero, posibilita y favorece el desarrollo en las personas implicadas.

Ahora bien, cuando se construye la ética organizacional, hablamos de construir una **plataforma ética**, que permita a la organización, no solo consolidar su proyecto de vida organizacional, sino establecer una relación en el ámbito de la Responsabilidad Social y Ecológica. De este modo cuando hablamos de una empresa que asume una Responsabilidad Social, es aquella que va más allá de los problemas provocados por ellas, contribuyendo al bienestar de toda la población con el financiamiento de actividades culturales, deportivas, educativas, de salud, etc., o bien con programas dirigidos a grupos con problemas específicos. Lo que para Cuervo (s/f, 322) implica: “...la ampliación del campo de sus objetivos definiendo el rol social a desarrollar, para conseguir con todo ello legitimidad y responsabilidad ante los diversos grupos humanos que la integran y ante la sociedad en su conjunto”.

En lo que se refiere a la responsabilidad Ecológica, Morin, (2002) la define, como la conexión entre los espacios donde se desenvuelve los grupos, como son su medio ambiente y la conservación del entorno biológico. Es decir el respeto a la naturaleza por parte de la organización, quienes deben actuar en aras de una conciencia global, siendo capaz de percatarse de que el desarrollo de la organización no puede ir en detrimento de la destrucción del medio ambiente.

Para el análisis de la plataforma ética organizacional, se incorporan los conceptos de la Dimensión Política y la Moral de las organizaciones en cuanto al papel que el poder económico les otorga, y como lo puede ejercer a través de acuerdos, pactos con su entorno, su cumplimiento y a su proyección política Velásquez, G. (2000).

En cuanto a la dimensión moral se reitera la definición de la empresa respecto al verdadero compromiso de asumir la ética como parte fundamental de su gestión, para promover una ciudadanía más responsable. En este orden de ideas, se asume que la esfera de la responsabilidad social de las empresas tiene dos dimensiones:

La dimensión política, relacionada con la imagen, la de la cohesión de la organización, la de los nexos institucionales, la de la creación de la riqueza, esta se diferencia de la responsabilidad ética por ser necesariamente posterior al daño. Nadie puede ser penado legalmente por las intenciones que tenga. A lo que las leyes obligan es que las personas y las empresas reparen el daño que hicieron a otro. El derecho actúa preventivamente, por la disuasión, la responsabilidad política dice que las empresas tienen la responsabilidad de obedecer las leyes, aunque puedan debatirlas y rehusar las incongruencias que muchas veces encierran.

La dimensión institucional, que tiene la responsabilidad administrativa de obedecer a patrones reconocidos en las relaciones que mantienen con los otros actores sociales y los demás agentes económicos, patrones que pueden ser negociados, pactados y repactados. Es allí donde se habla del juego limpio, que se refiere a la relación entre acuerdos y compromisos de cumplimiento; donde se reflejan los diferentes factores culturales y conductuales presentes en el marco de la globalización.

En este sentido se comprende, que deben haber ciertas condiciones para poder desarrollar el juego limpio, como son: definir la estructura del escenario (interrelaciones), sistema de tensión entre los complejos conocimientos para establecer la estructura del sistema de restricciones y la ignorancia necesaria para que la estructura sea aceptable a todos los actores, contar con un cuerpo de incentivos para estimular las actividades socialmente constructivas y debe haber permanente revisión para evitar el sesgo. Es importante evitar los conflictos de intereses que puedan impedir que ese compromiso se cumpla-. El juego limpio se expresa en un acuerdo y está reflejado en el código ético hacia adentro y en el código macro social hacia fuera.

La dimensión moral, al contrario, tiene que ver con el respeto, con la prevención solidaria, no es coercitiva, no es negociable y no es evidente. La responsabilidad moral es la única que no admite el equívoco y la evasión. La responsabilidad moral social es un segmento de las obligaciones éticas, circunscrito por la intersección de las esferas que lo separan en un plano, del derecho, de las instituciones, de la religión y de lo privado.

Ser moralmente responsable es cuidar para que el producto que resulta de la combinación de los diversos factores de la empresa no repercuta negativamente sobre los seres humanos, incluyendo a las personas que allí trabajan. Como por ejemplo: la agresión al ecosistema, degradación de los recursos naturales, productos nocivos, seguridad industrial, salud preventiva, libertad de expresión, entre otros.

Para analizar las dimensiones en que está inmerso el sector, en la práctica de la ética de los negocios, se debe indicar que el análisis de la conducta del hombre o del sujeto como individualismo intrínseco es el origen de estudio; ya que el desenvolvimiento de las actividades empresariales están condicionadas por las actuaciones de sus autores, dentro del marco de lo que se puede llamar Cultura Ética del individuo, o de las actividades manejadas por el hombre, en donde se conjuga lo económico, lo social, lo político y cultural, entre otros elementos.

Es a partir de allí que se introduce este concepto de cultura organizacional, sustentado en la definición de la ética empresarial como un cúmulo de valores e ideas, cuyo objetivo principal es el de satisfacer las necesidades humanas, en donde sus elementos intrínsecos tales como: valores, creencias, actitudes, hábitos, normas, políticas, mitos y tradiciones, crean el conjunto de normas prácticas y teóricas que entretejen el alma de la cultura organizacional.

Indudablemente que en la actualidad existe una necesidad de profundizar el estudio de este paradigma “La Ética Empresarial”, en donde no se vea meramente como un elemento

estratégico de concesión de dadas a su entorno social, si no como un todo que contribuya al crecimiento, tanto económico, social, político y conductual, labrando la construcción del hombre nuevo, inmerso en su condición individual y libre que redescubre con sus actuaciones, nuevos horizontes, cambiando fronteras y nuevos retos. Esto condiciona el estudio dentro de las organizaciones, de la responsabilidad de las mismas, en la búsqueda de crear confianza de la sociedad en ellas, producto de la responsabilidad social, compartiendo sus intereses y objetivos como entidades integrales y no como una simple agencia de producción de plusvalía, de beneficios económicos.

De lo anterior, es importante resaltar que, Responsabilidad social; no son solo acciones como mejoramientos físicos, financiamiento de proyectos de interés social y hasta caridad. Eso no tiene nada que ver con responsabilidad. La responsabilidad moral de las empresas termina en la prevención de los daños que puedan causar y en reparación de aquellos que vengán a causar, sin tener la intención de hacerlo.

Adicionalmente, se señala que no basta definir unos principios o normas éticas, sino asociarlos con las creencias, actitudes para poder integrar y reflexionar en el ámbito interno de las empresas para poder lograr su aplicación. En este aspecto, vale la pena destacar que las normas éticas pueden ser muy bien elaboradas y planteadas, pero si no han sido producto de un análisis, reflexión, consenso, intercambio entre los diferentes actores que forman parte de la organización, no pasará de ser sólo eso, una norma, pero no se verá el compromiso, el impacto y los logros de su aplicación.

De estos fundamentos teóricos se puede inferir que para el análisis de (ACOINVA), se deberá tomar en cuenta, el hecho de que, definirse como empresa ética o que contiene ese elemento estratégico en su desenvolvimiento, no las caracteriza como tal, ya que no debe ser una acción meramente declarativa, por lo que se debe revisar sus actuaciones para constatarlas con sus acciones en su desenvolvimiento rutinario, en ese día a día, en su interacción tanto interna como externa con su entorno, con la sociedad.

Así pues, se debe revisar sus sistemas de valores, la visión y misión que fundamentada en los valores ya mencionados, definen el accionar de las empresas y verificar si existen códigos que condicionen el comportamiento de sus miembros en función de la construcción de una cultura organizacional que las defina. Así mismo sus esquemas organizacionales que les permitirían engranar lo antes expuesto.

Elementos teóricos a considerar en el análisis de la plataforma ética en la asociación de comerciantes e industriales de Valera. (ACOINVA):

1. Determinar la ética corporativa del Sector que agrupa ACOINVA, su integridad y valores,

2. Reflexionar sobre el papel Ético y Moral que corresponde al sector en estudio como ciudadano global y no como una particularidad
3. Tomar en cuenta que la Ética pasa de ser un ámbito normativo exclusivamente individual a tener relevancia en las organizaciones
4. Dar conocer que, las empresas dejan de concebirse como agentes exclusivamente económicos para introducir una dimensión social y ética en la gestión
5. Dejar por sentado que, se debe Explorar y manejar la ética –y no sólo las estrategias de “imagen” o de “relaciones públicas” – en su dimensión corporativa
6. Resaltar el hecho cierto que, la ética tiene más que ver con las responsabilidades que con las convicciones, más con lo público que con lo privado.
7. Aplicar en análisis la situación de que, La ética social, la conciencia de componer una república en que el destino de todos está vinculado, la responsabilidad ciudadana, es el elemento clave en la evolución de los valores corporativos.
8. Hacer ver, por medio del estudio de nuestro caso (ACOINVA) que, Las empresas pueden impulsar un cambio social muy significativo, pero para eso ha de darse una conciencia social que anticipe y reclame de derecho ese cambio.
9. Indagar, por medio del estudio, desde el punto de vista ético y moral, que tipo de poder maneja ACOINVA, el político, el social o el económico.
10. Indagar, si como actores políticos se adopta, tanto en sus negociaciones como en sus estrategias, las pretensiones de legitimidad habituales: es decir si están o no defendiendo los intereses de todos de todos los afiliados.
11. Manejar consistente en el hecho de que, las empresas no tienen clientes y accionistas identificables, sino redes muy amplias de interesados. Solo así tiene asegurada su legitimidad.
12. Debemos tener claro que, si bien siempre es posible encontrar enfoques puramente cosméticos y superficiales en las empresas o asociaciones que agrupa un sector, la evolución de las organizaciones es realmente una transformación ética.
13. Para justificar el análisis sobre la ética que se lleva a cabo, bien se puede apoyar en que las discusiones referidas a asuntos de ética empresarial ocupan un espacio cada vez más amplio tanto en las esferas estrictamente teóricas como en las propuestas de política práctica
14. Se debe, relacionar con el análisis es el hecho de que, “la ética normativa no depende solo de una buena selección de los principios o un acertado cuerpo de incentivos, sino que está siempre asociada a un sistema subyacente de conocimientos, actitudes y creencias que constituyen el entramado colectivo informal, sin el cual los principios y reglas no podrían llegar a hacerse efectivos”.
15. Se debe tomar en cuenta además, “la relación de autoridad normativa y la de la actividad empresarial”. Esto hace que, “la construcción y justificación de una ética empresarial tenga que afrontar desafíos importantes. Esto no podría ser de otro modo, si se considera que el objetivo fundamental de la autoridad es hacer que el mercado sea y mantenga como un escenario de juego limpio, mientras que el objetivo de la empresa (como uno de los factores que interactúa en ese mercado) es el de maximizar sus ganancias”. Por esta razón no han resultado suficientes los indiscutibles avances logrados en la elaboración de los cuerpos regulatorios, y se ha hecho necesario promover la reflexión crítica al interior de las empresas,

Metodología

Se utiliza la metodología cuantitativa y se empleada una diversidad de técnicas e instrumentos de recolección de la información que contienen principios sistemáticos y normas de carácter prácticas para ser aplicados a los materiales bibliográficos que se consultaron a través el proceso de investigación así como, en la organización del trabajo escrito que se produjo al final del mismo.

Para el análisis se utilizaron las técnicas de: revisión documental, presentación resumida, resumen analítico y análisis crítico. A partir de la observación documental, como punto de partida en el análisis de las fuentes documentales vinculadas al diagnóstico del sector, y que permitieron captar las causas que originan los problemas y plantear los correctivos; se encuentran: la observación directa y sistemática en la realidad objeto de estudio, básicamente durante la aplicación de un cuestionario.

En relación al cuestionario, este es considerado un medio de comunicación escrito y básico, entre el encuestador y el encuestado Arias (2006), el mismo facilitó traducir los objetivos y las variables de la investigación, por medio de una serie de preguntas muy particulares, previamente preparadas de forma cuidadosa y apta de analizarse en relación con el problema estudiado Este importante instrumento de recolección de información se aplicó con el propósito de permitirle al individuo entrevistado expresar sus pensamientos con respecto a al tema objeto de estudio.

En tal sentido, en el nivel del proceso de recolección de los datos, y definido el objetivo del cuestionario y la problemática general y específica que debió contener y la naturaleza de los datos que recolectaron en función con los propósitos de la investigación, se procedió a diseñar y aplicar este instrumento.

En relación a la población, la constituyeron la totalidad de los proveedores, los afiliados, los directivos de ACOINVA y la comunidad organizada vinculada a esta asociación. En cuanto a la muestra, fue un subgrupo de los anteriormente señalados, específicamente: 9 Directivos y Personal, 8 Afiliados, 2 proveedores. Y una muestra intencional aplicada a 4 miembros de la Comunidad organizada representada por la Escuela de Liderazgo y Valores y la Asociación de Trabajadores de la Economía Informal del Municipio Valera.

Conclusiones

De acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis de la Plataforma Ética, se puede concluir lo siguiente:

Existe una clara percepción por parte de la Junta Directiva, personal, comunidad de que esta Asociación tiene definida su misión, visión y valores, no así por parte de los proveedores donde se corrobora un menor conocimiento de estos elementos. Asimismo, en relación al código ético se aprecia que no es reconocida su existencia por parte de los actores internos y externos de ACOINVA.

Si embargo, hay una percepción por parte de la Directiva y personal que se inclina hacia el hecho de que la Asociación de Comerciantes e Industriales de Valera tiene su plataforma ética, y la aplican por convicción y compromiso, a nivel externo se evidencia que esta percepción es menor y se puede apreciar que alrededor del 50% de los entrevistados considera que si tiene pero no la conoce. En este sentido, es importante señalar que ACOINVA refleja la presencia de su plataforma ética en forma incompleta al no contar con el código ético.

También se considera, que ACOINVA ha asumido como principal razón para tener una cultura ética, el hecho de que su gestión esté ajustada a principios y deberes éticos, lo cual es reforzado por la apreciación de la comunidad, ya que se ha incorporado la ética no solo en su misión, sino también hay compromiso y convicción en el ejercicio de las funciones que cumplen a nivel de su asociación y el impulso que le dan a esta gestión hacia sus afiliados.

Por otra parte, en el seno de la Asociación y la percepción de su entorno, indica que los valores que más la caracterizan es la responsabilidad, el compromiso, la confianza y la solidaridad, todos de una gran importancia por el papel que representa como líder de las empresas que representa y sus relaciones con la sociedad en la cual se desenvuelve.

Se aprecia, además el establecimiento de Convenios, Acuerdos o Pactos con el entorno y como es la percepción de su cumplimiento, gran satisfacción por parte de los actores internos y externos que se relacionan con la Asociación. Es de hacer notar que esta relación de ACOINVA se ha establecido con una variada gama de sectores, tales como: el universitario, la comunidad organizada, las autoridades políticas tales como la Alcaldía, los trabajadores informales y se aprecia el reconocimiento del cumplimiento que se le ha dado a lo acordado. En ese sentido, se hace referencia a la dimensión moral, política e institucional que ha asumido la asociación y se indica que no es solo introducir la ética en la empresa como una moda, para mejorar la imagen o para quedar bien, sino está acompañada de las acciones que demuestren o evidencien que se está actuando de una manera ética y responsable.

Aunado a lo anterior, se incorpora los conceptos de la Dimensión Política y la Moral de las organizaciones en cuanto al papel que el poder económico les otorga, y como lo puede ejercer a través de acuerdos, pactos con su entorno, su cumplimiento y a su proyección política. En cuanto a *la dimensión moral* se reitera la definición de la empresa respecto al verdadero compromiso de asumir la ética como parte fundamental de su gestión, para promover una ciudadanía más responsable.

ACOINVA ha venido asumiendo acciones de Responsabilidad Social y Ecológica, que son reconocidas por su directiva, personal, afiliados, proveedores y comunidad., cabe destacar que aún cuando señala que la incluye en el proceso de planificación estratégica de la Asociación, así como sus responsables y la planea con miras a maximizar su impacto a largo plazo, todavía se observa una tendencia importante hacia la realización de actividades de donaciones y filantropía.

Paralelamente se observa preocupación por formar su personal y directivos en materia de responsabilidad social, y ha iniciado proyectos de mayor sustentabilidad y fortalecimiento del tejido social dirigido a organizaciones no solo económicas, sino también de carácter comunitario y social.

Igualmente, del análisis realizado se evidencian algunos indicadores que permiten reflejar que ACOINVA tiene rasgos éticos. Para ello se toma como referencia lo señalado por Ferrer (2007), en los siguientes aspectos:

Empresarios y directivos con visión, que señalan propuesta congruente de la empresa. A través del análisis externo, Servicios responsables dirigidos a sus afiliados, los cuales señalaron sentirse satisfechos y muy bien representados por la Asociación, asimismo que los mantiene permanentemente informados a sus afiliados de la ejecución de su plan de trabajo. Por otra parte, se observa burocracia reducida, se toma en cuenta la capacidad de las personas y los ánima a participar en la toma de decisiones y en la asunción de responsabilidades, así como el desarrollo potencial de las personas, tal como se evidencia de las respuestas aportadas por su personal y directivos.

Asimismo, existe promoción interna, para hacer participar a todos y para que los principios compartidos no se diluyan. Esto se ha puesto en práctica en ACOINVA donde todos los miembros de la Junta Directiva y el personal están en permanente comunicación y capacitación para mejorar los procesos de toma de decisiones y la representación de la organización en diferentes escenarios políticos, sociales y económicos del Municipio Valera.

También se considera, que los directivos están conscientes de sus limitaciones, que buscan ayuda, dentro y fuera de la empresa. Este aspecto se evidenció en los acuerdos, convenios y pactos que ha suscrito, ya sea formal o informalmente con varias instituciones educativas, sociales y económicas.

Finalmente, puede señalarse que en cuanto a la plataforma ética ACOINVA, tiene pendiente lo relativo a la elaboración del código de ética y la profundización de su responsabilidad ecológica. Igualmente, en términos de los indicadores de salud de la Asociación se encuentra en un Estado Intermedio, que está consciente de sus fortalezas y debilidades, pero está realizando importantes esfuerzos para mejorar.

Referencias

- Asociación de Comerciantes e Industriales del Municipio Valera. *Acoinva al Día*. (2006-2007) Publicación Oficial. Estado Trujillo. Venezuela.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de Investigación*. Editorial Episteme. Caracas Venezuela.
- Cortina, A. (1996). *Ética en la Empresa*. España, Editorial Trotta.
- Cuervo, A. (s/f). *Eficiencia y responsabilidad social de la empresa*, Universidad de Oviedo, (España).
- Ferrer, J. (2007) *Filosofía y Ética Gerencial*. Doctorado Ciencias Gerenciales. Universidad Rafael Belloso Chacín. Estado Zulia. Venezuela.
- Martín, V. (2005). *Ética Empresarial y Formación para la Responsabilidad Social*. Doctorado Ciencias Gerenciales. Universidad Rafael Belloso Chacín. Estado Zulia. Venezuela.
- Martín, V. (2006). *El Código Ético en la Empresa*. Doctorado Ciencias Gerenciales. Universidad Rafael Belloso Chacín. Estado Zulia. Venezuela.
- Velásquez, G. (2000). *Ética en los Negocios*. Conceptos y Casos. Cuarta Edición. Prentice Hall. México.
-

Acerca de los autores

Thais Valero/Licenciada en Administración de Empresas/Magíster en Administración de Empresas/ Profesora del Instituto Universitario De Tecnología del Estado Trujillo.E-mail: ovadia2003_1@hotmail.com

Oswaldo Bastidas/Ingeniero. Civil/Magíster en Manejo de Recursos Hidráulicos/Profesor del Instituto Universitario de Tecnología Del Estado Trujillo. E- mail: oswaldobastidas_2006@hotmail.com

Fidel Moreno Briceño/ Geógrafo. Magíster en Gerencia de Recursos Humanos. Doctor en Ciencias. Mención Gerencia. Profesor Titular y Emérito del Instituto Universitario de Tecnología del Estado Trujillo. Venezuela. fidelmorenob@gmail.com Teléfono 158-0271-2313347.

Elsy Godoy. Ingeniera Forestal. Magíster en Gerencia de Recursos Humanos. Doctora en Ciencias. Mención Gerencia. Profesora invitada Universidad Rafael María Baralt UNERMB (Núcleo Trujillo). Venezuela. elsygodoy@yahoo.com Teléfono 158-0271-2313347

María Trinidad Ramírez de Egáñez. MSc. En Administración de Empresas. Profesora Asociada de Pre y Postgrado. Diplomado en Responsabilidad Social y en Gerencia Municipal. Correo electrónico mtrdem@gmail.com