

Ética, gobierno corporativo y responsabilidad social en las empresas



En un reciente foro sobre “Ética y Empresa” con el filósofo español Fernando Savater, me tocó expresar algunas ideas sobre lo que, como empresario y banquero, entiendo por comportamiento ético de las empresas y la relación de la ética con la responsabilidad social empresarial. Quisiera compartir con ustedes mi visión sobre el tema, forjada a través de mi experiencia empresarial.

¿Qué es la ética?

Se justifica iniciar con esta pregunta, porque verdaderamente todavía no me he topado con una definición sencilla y satisfactoria de “ética”. Tampoco pretendo en este espacio darla a fondo, pero la ética es demasiado importante como para que sólo la entiendan los especialistas. Los grandes conceptos siempre se han podido manifestar de forma simple, y la ética no es la excepción.

Etimológicamente, el concepto viene de “ethos”: lo que se refiere al carácter, a la personalidad moral, a lo que caracteriza el comportamiento de personas e instituciones. En el fondo se trata de una manera de ser que determina la manera de actuar. En el ámbito empresarial, a este carácter se le denomina “cultura” de la empresa. Cada empresa, cada institución tiene su propia cultura, que no es más que el conjunto de creencias, valores y actitudes que se reflejan en la manera de ser y en la manera de actuar de esa empresa o institución.

Miguel Ignacio Purroy



La manera de ser y de actuar se manifiesta en una cadena de decisiones. En nuestro quehacer cotidiano todos estamos confrontados con desafíos y disyuntivas éticas, todos tenemos la libertad de hacer las cosas de una manera o de otra, de elegir distintos fines o utilizar distintos medios. Y donde quiera que haya libertad, hay elección ética.

La ética nace de la libertad, es verdad, pero el pensamiento ético parte también de la convicción de que “no todo se vale”. Hay fines más nobles que otros y medios más apropiados que otros. Hay actuaciones que convienen más a la sociedad, porque contribuyen más al bien común que otras.

Al final, de lo que se trata es de que las personas, la sociedad en su conjunto “vivamos mejor”, porque hay formas más humanas de vivir y de eso trata precisamente la ética. En resumen, ética significa elegir bien y hacer bien lo que hacemos para lograr que individual y colectivamente vivamos mejor: con una mayor calidad de vida, en una sociedad donde se respete la dignidad de cada ser humano, donde el bienestar individual no se obtenga a costa o en contra del bienestar del otro.

Ética en la empresa: sus niveles

De acuerdo con esta concepción, la ética en la vida de una empresa es algo más profundo e intrínseco que proclamar bellas declaraciones de principios o hacer filantropía. Lo que importa es que la cultura de la empresa, esa su manera de ser cotidiana, esté impregnada de los valores que nos acerquen al sueño de una sociedad más justa y más próspera.

Partiendo del axioma de que la razón última de ser del comportamiento ético es vivir más humanamente, el mundo de los negocios, la actividad empresarial es en sí misma un ejercicio permanente de ética. Porque las empresas son una necesidad social: son la expresión del permanente esfuerzo del ser humano por mejorar su calidad de vida, transformando recursos escasos en bienes y servicios que le permitan vivir

mejor. Aunque suene un tanto extraño, la masificación de la fabricación de automóviles para las clases medias y trabajadoras o de lavadoras automáticas para las amas de casa son en cierta forma expresiones de ética empresarial. Las empresas están llamadas a desempeñar un rol importante, por ser una respuesta social que refleja el esfuerzo del ser humano por mejorar la calidad de vida y generar riqueza.

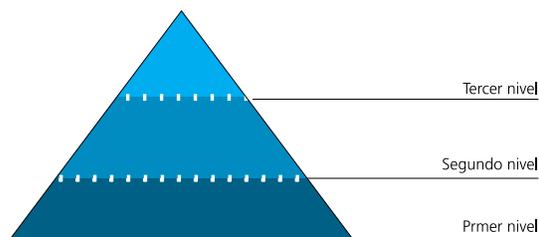
De ahí que un *primer nivel* elemental de la ética empresarial es prestar servicios y productos accesibles a amplias capas de la población, de alta calidad, confiables y eficientes. En la medida en que una empresa es más innovadora, hace uso más eficiente de los recursos escasos, sobre todo de los que tienen impacto ambiental, en definitiva, es más “emprendedora” en satisfacer necesidades humanas, mayor es su contribución al bienestar de la sociedad. En este mismo nivel podemos hablar de inventar formas de hacer negocios que al mismo tiempo constituyan un aporte social. Una buena parte de los negocios, no todos, que buscan atender la “base de la pirámide” de la sociedad tienen un alto componente ético – social.

Un *segundo nivel* del comportamiento ético se refiere a las relaciones humanas dentro de la empresa. Si algo está reñido con la ética es la incongruencia o la hipocresía, de tal forma que difícilmente puede una empresa comportarse éticamente hacia la sociedad, si no lo hace al interior de sí misma. Ello implica:

- Respeto a la individualidad y a los derechos humanos de sus trabajadores
- Transparencia y equidad en las relaciones laborales
- Reconocimiento del mérito y del esfuerzo
- Permanente preocupación por el bienestar material y espiritual del trabajador y de su familia
- Estímulo al progreso, a la creatividad, al mejoramiento humano y profesional
- Liderazgo basado en la legitimidad que da el ejemplo de la calidad moral

En un *tercer nivel*, la empresa debe también trasladar su comportamiento ético a las relaciones con las “partes interesadas” (*stakeholders*), en concreto:

- Con los clientes y proveedores: relaciones de equidad, respeto y proporcionalidad en la prestación y cobro de servicios
- Con los accionistas: rendición transparente de cuentas y razonable rentabilidad para su inversión
- Con las autoridades: respeto por la normativa y marco legales
- Con la comunidad: solidaridad con iniciativas comunales y minimización del impacto ambiental.



Ética y gobierno corporativo

Experiencias recientes en el ámbito internacional y local han demostrado que el comportamiento ético de una empresa puede ser institucionalmente reforzado y preservado a través de la implantación de códigos de "buenas prácticas de gobierno corporativo". Estas prácticas emanan del cumplimiento de disposiciones estatutarias y reglamentarias orientadas a crear instancias de gobierno, cuyo objetivo es elevar el nivel de transparencia, "accountability" y ética en las empresas. Estas normas de funcionamiento suelen estar basadas en los siguientes principios:

- **Equilibrio y contrapeso de poderes:** las funciones y atribuciones de los tres pilares fundamentales del gobierno de una empresa (asamblea de accionistas, junta directiva y gerencia ejecutiva) se definen y diferencian de una manera clara y precisa. La junta directiva, por mandato de la asamblea, asume la tarea de ejercer la máxima dirección y se reserva las funciones básicas de direccionamiento estratégico, establecimiento de políticas macro, control y supervisión. La gestión del negocio es delegada en el cuerpo ejecutivo, quien rinde cuentas a la junta directiva y ésta, a su vez, a la asamblea de accionistas.
- **Fortalecimiento de la capacidad de control** por parte de la junta directiva, mediante una presencia determinante de directores independientes y la constitución de comités de control en áreas críticas como auditoría, remuneraciones y reclutamiento del alto nivel gerencial, gestión integral de riesgos, etc.
- **Establecimiento de códigos de ética,** con especial énfasis en la transparencia y en la rendición de cuentas. Deben quedar claramente establecidos los derechos y deberes de los directores, los conflictos de interés y los mecanismos de su resolución.

A través de estudios comparativos de largo alcance ha quedado demostrado que las empresas con altos estándares éticos y buenas prácticas de gobierno corporativo han resultado ser más rentables y sustentables. Concretamente, la investigación de Collins y Porras en su libro *Built to Last* (1994) destaca que las empresas de muy larga sobrevivencia tienen en común la adopción de un claro conjunto de valores, una cultura de servicio orientada al bien común y una alta conciencia social. Altos estándares éticos y un sistema de gobierno corporativo acorde

a esos estándares son garantía de éxito empresarial a largo plazo. De ahí la expresión un tanto simplista, pero no por ello incorrecta, de que "ser bueno es bueno para los negocios".

Una experiencia de incorporación de "buenas prácticas": Bancaribe

El año 2004 representa un hito importante en la historia de Bancaribe, no sólo porque la institución arriba a su 50° Aniversario, sino porque se cristalizan un conjunto de esfuerzos y de reformas corporativas que se venían gestando desde hacía ya más de diez años. La Asamblea de Accionistas de septiembre de 2003 aprueba un Estatuto nuevo en el que se incorporan los principios más modernos de buen gobierno corporativo. Posteriormente, la Asamblea de Accionistas de marzo de 2004 conoce la propuesta de Reglamento de Régimen Interno de la Junta Directiva y Otros Órganos de Gobierno, en el cual se recogen de forma muy detallada las normas de funcionamiento y el código de buenas prácticas que regirán la actuación de todos los órganos de gobierno. Adicionalmente la Asamblea de Accionistas nombra nuevas personas en el más alto nivel de dirección, con lo cual hace acompañar el cambio estatutario con un relevo generacional. Esta combinación de reforma de gobierno y renovación de liderazgo ha demostrado ser muy eficiente en cuanto a los tiempos y la profundidad de implementación de buen gobierno corporativo.

Pero el proceso abarcó mucho más allá de estas acciones, pues se inició con una etapa preparatoria de no menos de 10 años. Esta es otra lección aprendida de la experiencia de Bancaribe, en el sentido de que estos procesos requieren de una historia de lenta maduración, en la que se vayan transformando paulatinamente no sólo las viejas estructuras de gobierno, sino también las mentalidades de los dirigentes y del conjunto de la organización.

Bancaribe se caracterizaba por ser una empresa familiar de segunda generación, cuyas decisiones se concentraban fundamentalmente en la persona del accionista de control, que presidía tanto la Asamblea de Accionistas, como la Junta Directiva y el equipo ejecutivo. Esta concentración de poder, sin embargo, tenía como contrapeso intencional una composición de Junta Directiva de gran prestigio e integridad personales, cuyos altos estándares éticos garantizaban la transparencia en las decisiones. A partir de la primera mitad de la década de los noventa, se inician una serie de cambios que permiten diferenciar progresiva-

mente las estructuras de dirección y de administración (ejecución), para lo cual se crea la figura de un Presidente Ejecutivo distinto del Presidente del Banco, al cual se le van trasladando paulatinamente mayores atribuciones. La Asamblea de Accionistas de 2004 culmina este proceso de desconcentración y diferenciación de poderes al nombrar un presidente de Junta Directiva distinto al accionista de control.

Una vez superada la crisis bancaria de 1994-1995, durante la cual Bancaribe se convierte en banco refugio y quintuplica el volumen de sus depósitos, se inicia en 1996 un ambicioso proyecto de transformación y cambio que abarca desde la renovación profunda de la plataforma tecnológica hasta un nuevo modelo de negocios, una nueva estructura organizacional y nuevas prácticas de gobierno. Se acompaña este proyecto con la construcción de un conjunto de importantes alianzas internacionales, entre las que destaca la incorporación en diciembre 1997 como accionista calificado de Scotiabank, el banco canadiense de mayor presencia internacional, con el que se establecen amplios acuerdos de cooperación y transferencia tecnológica. De hecho, un funcionario de Scotiabank asume la presidencia ejecutiva de Bancaribe en los primeros años de la asociación. La discusión y puesta en práctica de los acuerdos de accionistas con Scotiabank le dan un impulso adicional a la reflexión sobre el gobierno corporativo. Simultáneamente se establece un acuerdo de "corresponsalía especial" con la Caixa Galicia para atender las necesidades de la comunidad inmigrante española. Previamente se realiza una inversión a partes iguales con la aseguradora internacional American International Group (AIG) en dos compañías de seguros locales (Seguros Venezuela y CASAI).

Adicionalmente a las alianzas internacionales, la búsqueda de la transparencia en las relaciones con los "stakeholders" fue una constante durante los años de transición. Entre las acciones emprendidas destaca la contratación de la firma internacional calificadora de riesgo FITCH IBCA, a la cual se le encomienda la realización anual de un examen exhaustivo del banco para proceder a su calificación bajo estándares internacionales. En 1998 se procede a listar la acción de Bancaribe en la Bolsa de Valores de Caracas, sometiéndose a todos los rigores de información pública que exige la Comisión Nacional de Valores. En el año 2001 Bancaribe se adhiere voluntariamente a los Principios Wolfsberg de Transparencia, un conjunto de principios de aceptación internacional en cuanto a las normas y mecanismos

que adopta la institución para no ser usada para fines ilícitos y para comportarse transparente y éticamente frente al mercado. En 2002 se contrata a la empresa española de consultoría gerencial Sayma Consultores para que elabore una propuesta de Estatutos Sociales a tono con los avances internacionales en materia de buen gobierno corporativo.

En materia de estatutos esto representó la incorporación de los siguientes principios:

- Una clara diferenciación de los tres pilares de la organización: Asamblea de Accionistas, Junta Directiva y Administración (gerencia), entre los cuales se establecen las normas de interacción.
- Definición del papel de la Junta Directiva como órgano de supervisión y vigilancia, control y direccionamiento estratégico.
- Definición del ámbito de acción del Presidente Ejecutivo y del Comité Ejecutivo.
- Creación de Comités de Junta Directiva (nombramientos y remuneraciones; auditoría; control y cumplimiento; riesgo).
- Incorporación de valores de transparencia y responsabilidad social.

En la práctica estas normas se traducen en:

- Una Junta Directiva compuesta por 17 miembros, 10 de los cuales califican como independientes, en cuanto no tienen influencia directa o indirecta en la gestión del banco.
- Los Comités de Auditoría y de Nombramientos y Remuneraciones están integrados exclusivamente por directores independientes. En el resto de los Comités hay una presencia determinante de directores independientes.
- La figura de un Director de Aseguramiento Normativo con reporte directo a la Presidencia del Banco, cuyo propósito es velar por el adecuado cumplimiento de la normativa y del buen gobierno corporativo, así como la protección de los intereses de los "stakeholders" del Banco, especialmente de los accionistas minoritarios.
- Una unidad de Auditoría Interna que reporta directamente a la Presidencia.
- La figura independiente del Defensor del Cliente que permite garantizar equidad frente a nuestros clientes.
- Reglamento interno de la Junta Directiva que norma sus sesiones y las de los Comités (Código de ética en los negocios)
- Una unidad de Responsabilidad Social que reporta directamente a la Presidencia.

Todos estos pasos permitieron a Bancaribe ajustarse de manera rápida a los principios del Comité de Basilea, el ente mundial definidor de buenas prácticas bancarias, partiendo del principio de que el “deber ser” de una institución es la autorregulación y la relación transparente con todos los públicos y, en particular, con los clientes y reguladores. Al final del día, en el negocio bancario lo que está en juego es el ahorro de los clientes. A través de la incorporación de buenas prácticas de gobierno corporativo el banco tiene la oportunidad de garantizar credibilidad, respeto y confianza a terceros, mediante el cumplimiento eficaz de su función de intermediación de recursos, permitiendo obtener los incentivos necesarios para mantener su solidez y contribuir más eficazmente al desarrollo nacional.

Ética y responsabilidad social

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la actuación que les corresponde a las empresas en la búsqueda del desarrollo sostenible, en favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. La ética y la RSE pueden ser consideradas como los eslabones que permiten transformar la generación de riqueza en cohesión social o equilibrio de la sociedad. En la medida en que la acción empresarial esté más impregnada de componentes éticos y sociales, la creación de bienestar individual estará más cerca de la creación de bienestar colectivo y del desarrollo social.

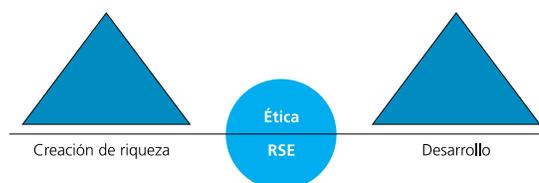
Retomando el hilo de la visión de la ética y sus tres niveles de aplicación en las empresas, quisiera destacar que no se deben confundir los conceptos de ética y de responsabilidad social. Tampoco se puede caer en el simplismo de que una empresa, para ser socialmente responsable, debe tener “programas” de responsabilidad social, que generalmente caen más en el campo de la filantropía. Por todo lo dicho hasta ahora, debería haber quedado claro que una empresa no es más ética porque haga más obras de filantropía, ya que una cosa es la ética y otra la responsabilidad social empresarial (RSE). Se puede ser ético –es decir, se puede hacer bien lo que es nuestro negocio con la vista puesta en la calidad humana y en el progreso social- sin tener un programa externo de RSE. Como también se pueden desarrollar programas sociales sin ser ético. Para entender esta paradoja baste imaginarse un programa social que fomente actitudes reñidas con la dignidad humana,

como la mendicidad, el clientelismo, el sectarismo o el individualismo.

Sin embargo, al margen de esta diferencia conceptual, creo que una empresa no solamente debe ser ética “haciendo bien” las cosas, sino también debe “hacer *el* bien” y tratar de imprimirle a su actividad una dimensión explícitamente social. En lo referente a esta dimensión social me gusta diferenciar entre dos líneas de acción, una primera que se refiere al negocio en sí y otra segunda que está relacionada con las “obras” sociales.

Soy un firme convencido de que la *primera línea* “intrínseca” de RSE debe consistir en darle dimensión social a todo o parte del negocio, inventar formas de hacer negocio que al mismo tiempo constituyan un aporte social. Fíjese el lector que estamos hablando de hacer negocio, no caridad. La forma concreta que adopte esta primera línea de RSE variará según el país, la época y el tipo de negocio, pero hoy en nuestras latitudes debe ser básicamente alguna forma de facilitar el acceso de sectores excluidos a los productos y servicios que la empresa provee. Si entendemos la pobreza como el no acceso (marginación) a medios productivos, cualquier paso que se dé para acercar a los marginados a nuestros productos y servicios hace sentido social. Adicionalmente, todo lo que se haga debe tener un fuerte contenido educativo.

Tomemos como ejemplo el caso del negocio bancario, donde es quizás más evidente la forma que esta línea “intrínseca” de RSE puede asumir: facilitar el acceso de los sectores populares a los servicios bancarios básicos, como medios de pago y, especialmente, el crédito. Desde mediados de los 80’, por ejemplo, se viene extendiendo en América Latina una red de instituciones financieras dedicadas al otorgamiento de microcréditos –créditos en pequeños montos a emprendedores que por su ubicación en zonas populares o por la informalidad del negocio no tienen acceso a la banca formal ni pueden dar garantías convencionales-. Al principio eran ONG’s sin fines de lucro, pero el salto cualitativo se produjo en los 90’ al surgir verdaderos bancos –algunos de ellos filiales de bancos convencionales- especializados en hacer negocios con la economía popular.



Venezuela se ha incorporado algo tarde a este movimiento de la industria microfinanciera latinoamericana. En 1999 inició operaciones BANGENTE, el Banco de la Gente Emprendedora, primera institución financiera regulada especializada en microfinanzas. BANGENTE nace como una iniciativa conjunta de Bancaribe, dos ONG's locales y varios entes financieros multilaterales. La experiencia ha demostrado ser muy exitosa, tanto en términos de volúmenes alcanzados como de rentabilidad y autosuficiencia financiera, lo cual ha servido de estímulo para que otras instituciones financieras hayan decidido incursionar en el negocio microfinanciero a partir de 2006, bajo la figura de bancos de desarrollo especializados en microcréditos.

El éxito económico de las instituciones microfinancieras latinoamericanas bien manejadas es una demostración de que la rentabilidad social no tiene por qué estar reñida con la rentabilidad financiera. Esta es una excelente noticia, ya que para que las iniciativas sociales intrínsecas se propaguen masivamente –y de eso se trata, precisamente- tienen que estar acompañadas de viabilidad y atractivo financiero.

La **segunda línea** de RSE la conforman los beneficios a los trabajadores, entendidos como calidad de vida, y las "obras sociales" distintas al negocio en sí, como, por ejemplo, apoyo a escuelas populares, programas de asistencia a la niñez en riesgo, etc. Esta actividad está más cerca del ámbito de la filantropía que de la propia actividad empresarial. En el fondo son una contribución voluntaria que hacen los accionistas de las empresas a la sociedad, más allá de los impuestos. Tradicionalmente, la atención de las empresas se ha centrado en estos programas sociales y es cada día mayor el número de empresas que incursiona en estas actividades. Estas son iniciativas muy encomiables que deben ser estimuladas y valoradas, pero sin olvidar que primero debemos buscar que el propio negocio adquiera una mayor dimensión de responsabilidad social.

La responsabilidad social en Bancaribe

En Bancaribe desarrollamos diversas iniciativas como ciudadano corporativo comprometido con la sociedad venezolana, a través de cuatro grupos de programas orientados hacia la comunidad. También están en operación programas de apoyo social, sanitario, cultural, recreativo y educativo dirigidos a los propios empleados de la empresa, pero a los fines de esta ponencia me quiero hoy concentrar

en las acciones de carácter externo. El primero de los grupos de programas –Apoyo a la Economía Popular– se inserta en lo que más arriba he denominado "primera línea de acción" social, es decir, una forma de aplicar el propio negocio al esfuerzo de superar la pobreza y la exclusión social. Los restantes tres grupos de programas se enmarcan dentro de las acciones convencionales de apoyo social, educativo y cultural.

Apoyo a la Economía Popular

Son programas e iniciativas orientados a facilitar el acceso de los sectores populares a los servicios financieros y no financieros. Los servicios financieros se prestan a través de Bangente, que funciona como un banco de desarrollo con diez oficinas hoy a lo largo del país y que atienden a microempresarios de los sectores populares en sus necesidades de capital de trabajo para sus iniciativas productivas. Los servicios no financieros (formación, asesoría, seguridad social, etc.) se prestan a través de la Fundación Bangente para microempresarios de la economía informal y popular. Mediante programas de vocaciones empresariales se incentiva la incorporación de nuevos emprendedores para que se conviertan en actores productivos de la sociedad.

Formación Humana y Ciudadana

Esta línea de acción se centra en el estímulo de actitudes y valores que impacten positivamente en el crecimiento personal y social del ciudadano. Se busca promover el desarrollo integral de la dimensión humana y ciudadana, a través de programas propios y de apoyo a terceros que contribuyan a enriquecer el papel de los ciudadanos en la sociedad. Dicho propósito se realiza a través de dos subprogramas:

- Apoyo al conocimiento y divulgación de la Historia de Venezuela mediante la acción editorial. En este esfuerzo se enmarca la colección de Publicaciones Bancaribe y el macroproyecto de la Biblioteca Biográfica Venezolana, en conjunto con El Nacional.
- Apoyo a las Orquestas Juveniles e Infantiles de Venezuela: más allá de la excelencia musical, el Sistema de Orquestas Infantiles y Juveniles cumple una labor educativa y social de primera magnitud para cientos de miles de niños venezolanos. El apoyo se concreta mediante patrocinios de conciertos, dotación de instrumentos musicales y proyectos especiales como el programa de "Música en las Escuelas".

Programas de Apoyo Social

Tienen como propósito brindar apoyo económico a organizaciones de desarrollo social para la consolidación de sus programas y actividades; así como también a personas naturales en la atención de necesidades puntuales.

Voluntariado

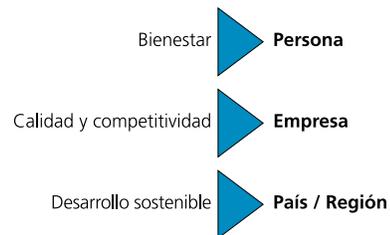
Apoyamos una línea de acción de Voluntariado Corporativo con el propósito de generar una plataforma de participación social que facilite a nuestro capital humano las herramientas para actuar en beneficio de la sociedad. Esta propuesta ofrece diversos espacios de participación basados en las iniciativas que desarrolla y apoya el Banco.

Ser bueno es bueno para los negocios

A modo de conclusión quisiera insistir en el mensaje de que la Responsabilidad Social Empresarial debe ser vista en una dimensión más amplia que la simple acción filantrópica. Pero no se trata de restarles mérito a estas obras sociales que, de hecho, representan la casi totalidad del esfuerzo de RSE que hoy en día realizan las empresas. Ello sería mezquino. Pero creo que ha llegado el momento de hacer un mayor esfuerzo intelectual en idear proyectos de RSE de primera línea, proyectos que impregnen de contenido social el negocio en el que cada empresa se desenvuelve. Hay que darle rienda suelta a la creatividad, porque las formas concretas serán tan variadas como diversos son los ramos de actividad en el mundo empresarial.

Insisto en este enfoque intrínseco de la RSE, porque cuando ésta se limita a apoyar financieramente obras sociales externas y no nace de una visión ético-social del mismo negocio, corre el peligro de reducirse a un ejercicio propagandístico de mercadeo de imagen.

Las empresas deben mantener una visión sistémica de su lugar en el contexto social. A su propio nivel, las empresas deben cumplir con el imperativo de alcanzar altos estándares de calidad y competitividad. En la medida en que logren esos estándares, serán capaces de crear más bienestar para las personas que trabajan en ellas, más valor para los accionistas y mejores productos y servicios para sus clientes. Igualmente, si la actividad empresarial la realizan respetando el medio ambiente y dotándola de dimensión social, tanto de primera como de segunda línea, mayor será la contribución al desarrollo sostenible de la región o del país.



¿Por qué una empresa deba estar interesada en preservar un comportamiento ético y socialmente responsable? Una primera respuesta suele apuntar a exaltar los valores del altruismo, de la generosidad o de la bondad hacia el otro. Pero también es igualmente válida una respuesta basada en el egoísmo. Cuando se entiende la ética como la describíamos al principio de esta exposición, egoísmo y altruísmo no entran en contradicción. Nadie en su sano juicio puede afirmar que la felicidad individual pueda construirse sobre la infelicidad de los prójimos o que la prosperidad de una empresa pueda levantarse sobre los despojos de una sociedad injusta y pobre.

Son varias las razones por las que a una empresa le conviene adoptar un comportamiento ético y socialmente responsable. Primero, porque la rentabilidad social no tiene por qué estar reñida con la rentabilidad financiera, inclusive entendiendo ésta en su acepción más restringida. Segundo, porque relaciones éticas con los trabajadores y con las "partes interesadas" generan al interior de la empresa ambientes de creatividad, innovación, cooperación y alianzas, que son elementos esenciales para el éxito en el largo plazo. Y tercero, porque las empresas éticas y socialmente responsables son más respetadas por los clientes y atraen las preferencias de los consumidores.

