

January 1997

Editorial

Hno. Alberto Prada Sanmiguel, f.s.c.
Universidad de La Salle, revista_uls@lasalle.edu.co

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls>

Citación recomendada

Prada Sanmiguel, f.s.c., H. (1997). Editorial. Revista de la Universidad de La Salle, (24), 11-12.

This Editorial is brought to you for free and open access by the Revistas de divulgación at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Revista de la Universidad de La Salle by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

EDITORIAL

Apreciado Lector !

Con gran satisfacción la Oficina de Publicaciones de la Universidad De La Salle presenta este número de la revista, dedicado a la difusión del conocimiento económico - administrativo - contable, en un momento crucial de las realidades económicas del país y de la gestión gubernamental que tiene que ver con ellos.

Cada vez, mayor número de ciudadanos participa con el interés por los temas económicos del conjunto social, relacionan con mejor pertinencia los procesos de la adquisición y utilización de los bienes domésticos con los debates de las variables macro-económicas, y toman posición frente a las distintas opciones que se les presentan para la administración pública del Estado. El ciudadano común va comprendiendo mejor, día a día, que la calidad de la vida social y personal pasa por la variables de la economía : inflación, crecimiento, distribución del ingreso, empleo, producto interno bruto, exportaciones-importaciones, canasta familiar.

Con menor intensidad, el ciudadano participa en el debate de la ética económica. Siendo nuestra economía de mercado, las empresas constituyen el entretejido de la estructura económica y la ética empresarial dice relación a los valores que son asumidos, exigidos u obligados a vivir a los ciudadanos. Las relaciones que se hacen en el proceso de producción son congruentes o se contraponen a los valores de los grupos sociales, de las subculturas del país o de los intereses nacionales. Por eso cualquier

teoría sobre la empresa, de las relaciones en la misma y su misión no es válida de por sí. De ahí la exigencia a aquellos que tienen la responsabilidad de formar los profesionales de las ciencias económicas y políticas para abrir el debate, con sus estudiantes, sobre el contenido y sus intencionalidades, de los distintos enfoques de la empresa de hoy, para que tomen postura y decisión frente a la avalancha de propuestas para el mejoramiento de la empresa.

Los nuevos empresarios, economistas, contadores, financistas, y demás profesionales de la economía tienen que tener un profundo respeto por la ética de los negocios, por la dignidad del ser humano y por los valores de las culturas donde se sumerge su actividad.

Es importante rechazar las posturas de que la empresa, al abordar el negocio debe olvidarse de la ética común y corriente, o la de que, en los negocios cualquier medio queda justificado si conduce a su fin, o aquella de los mínimos, por el cumplimiento de la legalidad y la sujeción a las leyes del mercado, y que los poderes públicos se preocupen de las cuestiones sociales.

A la hora de actuar es preciso considerar a directivos, trabajadores, consumidores y proveedores pero que sean respetados sus derechos e intereses, recurriendo a la vez a las estrategias que le faciliten a la empresa el cumplir su fin : satisfacción de las necesidades sociales a través de la obtención del beneficio.

Para los dirigentes educadores de las nuevas generaciones de profesionales en ciencias económicas, los retos tendrán que ver con ayudar a sus estudiantes a dilucidar el sentido y el fin de las actividades empresariales, el orientar a los mismos en hacer congruentes sus acciones profesionales con valores específicos, y el formarlos para la responsabilidad en las decisiones, (para que las tomen de acuerdo al fin que se persigue y los valores morales orientadores).

Que al leer cada artículo de nuestra revista, se sienta animado a participar en el debate abierto sobre la empresa Colombiana, sus exigencias ante los retos que nos plantea el país y el nuevo modelo de directivo que nos corresponde formar.

Hno. ALBERTO PRADA SANMIGUEL, f.s.c.

Vicerrector Académico