

Revista de Responsabilidad Social de la Empresa

N ° 26 • 2017 • Cuatrimestre II

‘ÉTICA EMPRESARIAL E INNOVACIÓN’

ARTÍCULOS

El Moral Compliance, una herramienta para facilitar la ética y la sostenibilidad en las organizaciones
José Felix Gonzalo, Leire San-Jose, Maite Ruiz-Roqueñi

Hacia una nueva teoría de firma orientada al bien común
José Luis Retolaza, Leire San-Jose

Trabajadoras asalariadas de Huajuapán de León, Oaxaca, México: Derechos Humanos y condiciones laborales
Ricardo García Jiménez, Analaura Medina Conde y Uziel Flores Ilhuicatzí

Economía de comunión: una visión ética del desarrollo económico y de la empresa a luz de la encíclica *caritas in veritate*
Ricardo Aguado, Leire Alcañiz y Jabier Martínez

Wall Street y la (IR) relevancia de la ética. La formación del carácter de los analistas financieros.
Ignacio Ferrero y Marta Rocchi

Beneficios de la adhesión al pacto mundial de Naciones Unidas en el proceso de internacionalización de las empresas españolas
Carmen Alba Ruiz-Morales, Sara Ana Herrero Pérez y Manuel Platero Jaime

Responsabilidad Social Corporativa de la Empresa. Respuesta a la Legitimación y Configuración de la Dimensión Societaria de la Empresa
Santiago García Echevarría

LUIS VIVES CENTRO DE ESTUDIOS SOCIALES

Luis Vives es uno de los grandes humanistas de nuestro Siglo de Oro, cuya fama y prestigio son universales. Fue amigo, entre otros, de Erasmo de Rotterdam y de Tomas Moro y es considerado como el primer pensador en proponer un “servicio organizado de asistencia social” mediante su tratado *De subventione pauperu* (1525). Fue por tanto el precursor de la organización de los futuros servicios sociales del Estado, y por ello, un promotor de la asistencia estatal orientada a las personas más vulnerables. Su pensamiento, por lo tanto, no solo está cargado de una sólida base filosófica y cultural sino que propugna la acción como motor de cambio y mejora de la sociedad; una “acción” que es también un principio fundacional de Acción contra el Hambre.

Desde finales de 2012 la organización humanitaria Acción contra el Hambre fusiona a la antigua Fundación Luis Vives, bajo el nombre Acción contra el Hambre. Esta suma de fuerzas y de valores ha supuesto la creación de dos nuevos proyectos de carácter social, tales como VIVES PROYECTO y LUIS VIVES CENTRO DE ESTUDIOS SOCIALES bajo cuyo paraguas se seguirán editando las revistas de Responsabilidad Social de la Empresa y la Revista Española del Tercer Sector.

Patronato de la Fundación Acción contra el Hambre

Presidente

José Luis Leal

Vicepresidente

Emilio Aragón

Luis Escauriaza Ibáñez

Secretario

Francisco Javier Ruiz Paredes

Vocales

Carlos Mira Martín

Carmen Posadas

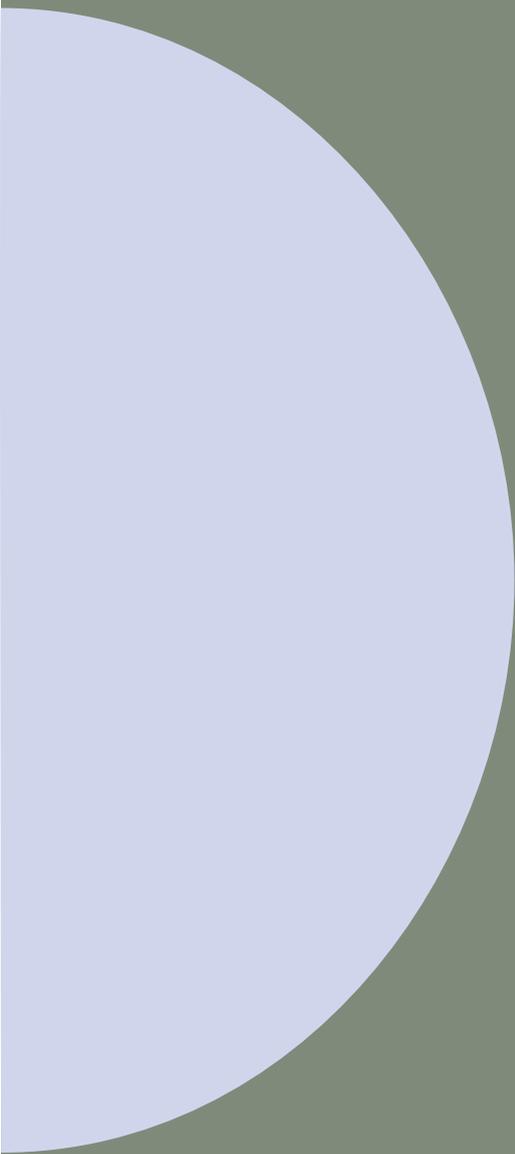
Crisanto Plaza Bayón

María Jaraiz Saliquet

Salvador Bangueses

Revista de

Responsabilidad Social de la Empresa



La revista de Responsabilidad Social de la Empresa ha sido incluida en el catálogo del sistema de información LATINDEX, en el ISOC del CSIC y en DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades, ciencias Sociales y Jurídicas, CSIC-ANECA), Dialnet, CIRC, RESH y EBSCO.

La revista de Responsabilidad Social de la Empresa no se hace responsable de las opiniones vertidas por los autores de los artículos. Asimismo, los autores serán responsables legales de su contenido.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. La Editorial, a los efectos previstos en el art. 32.1 párrafo 2 del vigente TRLPI, se opone expresamente a que cualquier fragmento de esta obra sea utilizada para la realización de resúmenes de prensa. La suscripción a esta publicación tampoco ampara la realización de estos resúmenes. Dicha actividad requiere una licencia específica. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra, o si quiere utilizarla para elaborar resúmenes de prensa www.conlicencia.com)

Diseño y maquetación: DCI Punto y Coma

www.dcipuntoycoma.com

Fundación Acción contra el Hambre

Duque de Sevilla, 3. 4ª planta

28002 - Madrid

Telf: 911 840 834

secretaria.rse@luisvives-ces.org

CONSEJO EDITORIAL

Director

Juan José Durán Herrera, Catedrático en la **Universidad Autónoma de Madrid**.

Secretaría de Redacción

Nuría Bajó Davó, Profesora de Finanzas de la **Universidad Autónoma de Madrid**.

Secretaría Técnica

Sol Benavente Martín, **Fundación Acción contra el Hambre**

Miembros del Consejo Científico

Óscar Alzaga Villaamil, Catedrático de Derecho Constitucional y Académico de la **Real Academia de Ciencias Morales y Políticas**.

Juan Alberto Aragón Correa, Catedrático de Organización de Empresas de la **Universidad de Granada**.

Fernando Becker Zuazua, Catedrático de Economía Aplicada. **Universidad Rey Juan Carlos**.

Marta De la Cuesta González, Profesora titular de Economía Aplicada de la UNED y miembro del **Consejo Estatal de RSE**.

Isabel De la Torre, Catedrática de Sociología de la **Universidad Autónoma de Madrid (UAM)**.

Elsa del Castillo, Rectora. **Universidad del Pacífico, Perú**.

José Luis Fernández Fernández, Director de la Cátedra de Ética Económica y Empresarial (**ICADE-Universidad Pontificia Comillas**).

Domingo García-Maza, Catedrático de Ética de la **Empresa de la Universidad Jaime I**.

M^a José García López, Profesora Titular. **Universidad Rey Juan Carlos**.

Joaquín Garralda Ruiz de Velasco, Profesor y Vicedecano de Ordenación Académica. **Instituto de Empresa (IE) de Madrid**.

Fernando Gómez-Bezares Pascual, Catedrático de Finanzas. **Universidad de Deusto**.

José Mariano Moneva Abadía, Catedrático de Contabilidad y Finanzas de la **Universidad de Zaragoza**.

Luis Montaña Hirose, Profesor de Sociología de las Organizaciones. **Universidad Autónoma Metropolitana de México**.

José Emilio Navas López, Catedrático de Organización de Empresas. **Universidad Complutense.**

Mariano Nieto Antolín, Catedrático de Organización de Empresas. **Universidad de León.**

Lars Oxelheim, Professor. Lund Institute of Economic Research. Lund University. **The Research Institute of Industrial Economics. Estocolmo.**

Esther de Quevedo Puente, Profesora Titular de Organización de Empresas, **Universidad de Burgos.**

Vicente Salas Fumás, Catedrático de Organización de Empresas de la **Universidad de Zaragoza y Consejero del Banco de España.**

Francesca Sanna Randaccio, Professor of Economics, Faculty of Engineering, **University of Rome.**

Vitor C. Simoes, Professor ISGE-Instituto Superior de Economia e Gestao. **Universidad Técnica de Lisboa.**

Justo Villafaña Gallego, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad. **Universidad Complutense.**

Comité Asesor

Valentín Alfaya, Director de Calidad, Prevención y Medio Ambiente de **Ferrovial.**

María Rosa Alberdi Gamazo, Directora de Responsabilidad Social Corporativa. **Grupo OHL.**

Joaquín de Ena Squella, Director de RSC del **Banco Santander.**

Antonio Fuertes Zurita, Director de Responsabilidad Social Corporativa. **Gas Natural-Fenosa.**

Juan Pedro Galiano, Jefe del Departamento de Responsabilidad Social y Reputación. **ADIF.**

Ana Gascón Ramos Directora de Responsabilidad Corporativa, **Banco Popular Español.**

Germán Granda, Director General. **Forética.**

Silvia Gutiérrez, Directora de la **Fundación Wellington.**

Olivier Longué, Director General de la **Fundación Acción contra el Hambre.**

Alejandro Martínez, Director de **Fundación Eroski.**

Antonio Mayor, Director de Comunicación de **ONCE.**

Antonio Núñez Tovar, Director General de Recursos y Medios de **Mapfre.**

Sara Pons, Directora de Responsabilidad Social de **MRW.**

Alicia Real Pérez, Profesora Titular de Derecho Civil, **Universidad Complutense de Madrid.**

Isabel Roser Hernández, Directora de la **Asociación Española de Directivos RS.**

Índice

EDITORIAL

9

ARTÍCULOS

13

El Moral Compliance, una herramienta para facilitar la ética y la sostenibilidad en las organizaciones 15

José Felix Gonzalo, Leire San-Jose, Maite Ruiz-Roqueñi

Hacia una nueva teoría de firma orientada al bien común 41

José Luis Retolaza, Leire San-Jose (UPV)

Trabajadoras asalariadas de Huajuapán de León, Oaxaca, México: derechos humanos y condiciones laborales 63

Ricardo García Jiménez, Analaura Medina Conde, Uziel Flores Iihuicatzí

Economía de comunión: una visión ética del desarrollo económico y de la empresa a luz de la encíclica *Caritas in Veritate* 87

Ricardo Aguado, Leire Alcañiz y Jabier Martínez

Wall Street y la (IR) relevancia de la ética. La formación del carácter de los analistas financieros. 101

Ignacio Ferrero y Marta Rocchi

Beneficios de la adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas en el proceso de internacionalización de las empresas españolas 125

Carmen Alba Ruiz-Morales, Sara Ana Herrero Pérez, Manuel Platero Jaime

Responsabilidad Social Corporativa de la Empresa. Respuesta a la Legitimación y Configuración de la Dimensión Societaria de la Empresa 149

Santiago García Echevarría

RESEÑAS

179

Libro: "Ética en Dirección de Empresa"

183

Domenec Melé, publicado en Pearson.

Libro: "Contabilidad Social Orientada a los stakeholders"

187

José Luis Retolaza y Leire San-Jose, publicado en Pirámide.



Editorial

En junio de 2016 tuvo lugar en Segovia, organizado por el Instituto de Empresa, el XXIV Congreso Nacional de EBEN [European Business Ethics Networks], principal asociación española de investigadores y profesores de ética en empresa. Bajo el lema “Ética Empresarial e Innovación”, se presentaron más de sesenta ponencias, punteras en el ámbito de la reflexión sobre la investigación y docencia de la ética, en la empresa.

Algunas de las mejores aportaciones llevadas al Congreso ven la luz en este monográfico de la “Revista de Responsabilidad Social de la Empresa”. Hay que tener en cuenta que no se trata estrictamente de un monográfico sobre una temática concreta, por cuanto los artículos versan sobre diversos problemas, a veces muy divergentes; pero tampoco sería adecuado considerarla como un conjunto de artículos inconexos, ya que todos comparten su ubicación en las nuevas fronteras de la reflexión ética en torno a la empresa. La relación entre la Ética y la Innovación puede establecerse en una doble direccionalidad: reactiva y proactiva. En el primer caso, y aunque la reflexión ética cuenta con una trayectoria de miles de años, no se puede considerar como una disciplina del pasado; la constante y rápida evolución tecnológica, empresarial y social, en la que nos encontramos inmersos, conlleva, constantemente, la aparición de nuevos problemas éticos, que exigen respuestas urgentes. Por su parte, la innovación proactiva, centrada en la reflexión ética en torno a las empresas y su papel en relación con las personas y la sociedad; genera nuevas perspectivas -lógicas, paradigmas- de comprensión de la realidad, incrementando los grados de libertad en la discrecionalidad de los agentes; y por tanto, su independencia y responsabilidad moral.

En la línea mencionada, el número se compone de siete interesantes artículos que abordan aspectos fronterizos de la ética en la empresa, el primero, que lleva por título “El Moral Compliance, una herramienta para facilitar la ética y la sostenibilidad en las Organizaciones”, de los investigadores Gonzalo, San-Jose y Ruiz-Roqueñi, de la Universidad del País Vasco, aborda el problema de la identificación y minimización del riesgo moral que las organizaciones generan a terceros, de forma más o menos consciente.

Por su parte, el segundo artículo, de los Profesores Retolaza y San-Jose, lleva por título “Hacia una Nueva Teoría de Firma orientada al Bien Común”, y plantea una lógica alternativa de comprender el papel y la responsabilidad de las empresas y organizaciones en la Sociedad.

El tercer artículo, bajo el título “Trabajadoras asalariadas de Huajuapán de León, Oaxaca, México: Derechos Humanos y Condiciones Laborales”, escrito por los Profesores García, Medina y Flores, de la Universidad Tecnológica de la Mixteca; aborda en un ámbito geográfico concreto, el problema de género desde la centralidad de los derechos Humanos inherentes a todas las personas.

En el cuarto artículo, nos encontramos con una profunda reflexión de los Profesores Aguado, Alcañiz y Martínez, de la Universidad de Deusto, en relación a la Economía de Comunión. Con el título “Economía de Comunión: una Visión Ética del Desarrollo Económico y de la Empresa a la luz de la Encíclica Caritas in Veritate” abordan el link entre la Doctrina Social de la Iglesia con las nuevas formas de economía, centradas en la persona.

En el quinto artículo, "Wall Street y la (IR) relevancia de la Ética. La formación del Carácter de los Analistas Financieros", los Profesores Ferrero y Rocchi, de la Universidad de Navarra, abordan el interesante tema de la responsabilidad moral de las personas en las organizaciones, específicamente en el ámbito financiero, y el desarrollo de las competencias y capacidades necesarias para su desempeño.

Por su parte, el sexto artículo, escrito por Alba, Herrero y Platero, de la Universidad Europea, como su título indica: "Beneficios de la Adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas en el Proceso de Internacionalización de las Empresas Españolas", aborda el siempre interesante tema del performance de la ética para las empresas, tema frontera con la ética instrumental, en el marco del Pacto Mundial, de tremenda actual.

En el último artículo, que cierra el monográfico, el Profesor García Echevarría de la Universidad de Alcalá, bajo el título, "La Responsabilidad Social Corporativa de la Empresa: Respuesta a la Legitimación y Configuración de la Dimensión Societaria de la Empresa", aborda un tema clásico, la Responsabilidad Social; eso sí, desde una perspectiva argumental de plena actualidad, como es la necesaria legitimación social de las empresas.

De forma complementaria a los artículos, se incluyen dos reseñas de libros publicados recientemente y presentados en el Congreso; una del libro "Ética en Dirección de Empresa", del profesor del IESE, Domenec Melé, publicado en Pearson; y otra del libro publicado en Pirámide, bajo el título "Contabilidad Social Orientada a los stakeholders", de los Profesores José Luis Retolaza y Leire San-Jose, de la UPV/EHU.

Desde EBEN, esperamos, que estas investigaciones sirvan de acicate, tanto a otros profesores e investigadores, como a los profesionales que se enfrentan diariamente con problemas éticos, para mejorar su comprensión del entorno ético-empresarial y avanzar hacia procesos de optimización de las decisiones morales.

José Luis Retolaza

Presidente EBEN España

Joaquín Garralda

Presidente Comité Organizador
XXIV Congreso Nacional de EBEN

Artículos

EL MORAL COMPLIANCE, una herramienta para facilitar la ética y la sostenibilidad en las organizaciones

Jose Felix Gonzalo

Jose Felix Gonzalo es director de Organización y Calidad de Euskaltel, S.A. Siendo responsable por una parte, de proyectos de transformación organizativa, y por otra de la implantación de políticas que impulsen el buen gobierno de la compañía. Ha impartido clases en la Escuela de Negocios ESEUNE, e imparte clases en cursos de ADE en la Universidad de Deusto sobre la Sostenibilidad, "caso Euskaltel". Es Secretario de EUSKALIT, Fundación vasca para la gestión avanzada y participa en el Seminario de Retos Éticos en la empresa, coordinado por el Centro de Ética Aplicada de la Universidad de Deusto. Miembro de ECRI Ética en Finanzas y Valor Social de la UPV/EHU en el que participa activamente.

Leire San-Jose

Leire San-Jose es profesora titular de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y Visiting Research Fellow de la University of Huddersfield en Reino Unido. Sus investigaciones se han centrado en temas relacionados con el cash management y nuevas formas de financiación empresarial; siempre desde la perspectiva ética y la teoría de stakeholders y con objeto de crear y cuantificar el valor social de la empresa. Así, en torno a todos ellos ha escrito numerosos libros y artículos, tanto nacionales como internacionales. Además, es en la actualidad directora del grupo de investigación ECRI; Ethics in Finance & Social value (www.ehu.es/ecri).

Maite Ruiz-Roqueñi

Maite Ruiz-Roqueñi es profesora de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU), imparte clases de Dirección Comercial y Marketing tanto en cursos de grado como de postgrado. Las líneas de investigación actuales se desarrollan en el ámbito de la Teoría de Stakeholder, ética en finanzas y la Economía Social. Autora de diversas publicaciones, en revistas científicas de ámbito nacional e internacional, ha participado, asimismo, en numerosos congresos nacionales e internacionales. Co-directora del Master en Marketing de la Universidad del País Vasco. Presidenta de la Asociación Aurkilan para la Investigación y Promoción de la Economía Social y Solidaria. Miembro de ECRI.

RESUMEN

A pesar del avance que se prevé que el compliance legal tendrá en las organizaciones, se puede reflexionar sobre un compliance más completo, que en este trabajo hemos denominado “moral compliance”. Así, y tras revisar la literatura sobre el compliance y exponer el modelo que han implantado en base a las directrices de AENOR, ponemos de manifiesto la necesidad de avanzar en el proceso de toma de decisión, y no tener en cuenta solo los riesgos legales. Incorporando a la evaluación de riesgos un análisis desde la perspectiva del riesgo moral. Precisamente se sugieren en este trabajo algunas consideraciones que permitirán la implantación e integración de esta herramienta para facilitar la ética y la sostenibilidad en las organizaciones; como por ejemplo la necesidad de establecer los escenarios en los que se producen riesgos más allá de los legales y la necesidad de conocer procedimientos para analizar los aspectos morales de las consecuencias de nuestras decisiones en las empresas. La aportación consiste en establecer un sistema que previo a la legalidad, permite establecer los problemas de riesgo moral que puedan darse en las organizaciones, gestionarlos y establecer el impacto que tendrán.

PALABRAS CLAVE

Ética, moral, legal, sostenibilidad, cumplimiento, gestión de riesgos.

CÓDIGO JEL/JEL CODE

G32; M14

MORAL COMPLIANCE, A TOOL TO FACILITATE ETHICS AND SUSTAINABILITY IN ORGANIZATIONS

ABSTRACT

Despite the anticipated increase in legal compliance in organizations, it is possible to reflect on a more complete compliance, called in this paper “moral compliance”. Thus, after reviewing the literature on compliance and show the model implemented based on the guidelines of AENOR, we have highlighted the need to advance in the decision-making process, and not only take into account legal risks. It has been include an analysis from the perspective of moral hazard into risk assessment. It is precisely in this paper that we suggest some considerations that will allow the implementation and integration of this tool to facilitate ethics and sustainability in organizations; such as establish scenarios in which risks occur beyond legal and the need to know procedures to analyze the moral aspects of the consequences of our decisions in companies. The contribution consists in establishing a system that prior to legality, allows establishing the moral hazard problems that can take place in organizations, manage them and set up the impact they will have.

KEYWORDS

Ethics, moral, legal, sustainability, compliance, risk management.

1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día nadie discute que una empresa que apuesta por su sostenibilidad tiene que gestionar sus riesgos. El dilema moral puede estar en si para evaluar los riesgos la frontera ha de ponerse solo en el cumplimiento de la legalidad o también la ética ha de ser una variable a considerar. Aplicar criterios morales a la hora de tomar decisiones que puedan afectar a varios grupos de intereses o stakeholders, más allá de los accionistas, parece propio de una empresa que aplica fundamentos éticos y actúa como una empresa socialmente responsable, entonces ¿por qué no hacerlo? Es posible dar un paso más allá, superando el cumplimiento legal mediante la inclusión del cumplimiento moral o como lo hemos denominado en este trabajo: moral compliance en la empresa, ya que esta integración permite a la empresa alcanzar la sostenibilidad esperada. No obstante, en la literatura principalmente se ha abordado o bien el compliance desde la perspectiva legal (Parker y Nielsen, 2008; Nielsen y Parker, 2012; Ruhl y Katz, 2015; Teijeira-Rodríguez, 2015; Míguez, 2015) o bien aspectos, actuaciones y herramientas concretas que fomentan y permiten la integración de la ética en las organizaciones como lo son los códigos éticos, la responsabilidad social o la gobernanza (Ferrell et al., 1998; Lozano et al., 2016; Criado-Jiménez et al., 2008; McKendall et al., 2002).

Así, la inclusión de la perspectiva moral en el compliance puede ser una nueva vía para ayudar a evaluar los riesgos en una empresa. No proponemos configuradores del riesgo que condicionen la ética de las personas, sino desplegar los compromisos éticos de la empresa a través de directrices que de forma didáctica ayudasen a las personas a tomar decisiones. Será necesario investigar para llegar a definir herramientas que ayuden a las organizaciones a gestionar los riesgos, incorporando los riesgos morales y quizá así ayudar a mitigar otros riesgos, adelantarse a la legislación, la cual a veces viene precedida de “recomendaciones”, como las recogidas en el código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas, generar nuevas oportunidades de negocio o incluso ser más sostenibles, mejorando su reputación. Porque, como decía Albert Einstein “si una idea no es absurda al principio, entonces no merece la pena”.

En la actualidad hay un reconocimiento cada vez mayor de las dimensiones morales, éticas y sostenibles de las organizaciones (Argandoña, 2003; Treviño et al., 1999), pero los aspectos morales en las organizaciones, su implementación y gestión reciben considerablemente menos atención en la literatura sobre compliance (Nielsen y Parker, 2012, Treviño et al., 1999; Jones, 2016). En particular, pocos estudios han examinado empíricamente la relación entre el cumplimiento legal de los stakeholders y los aspectos morales y éticos (Weaver y Treviño, 1999). Esto es, en parte, porque evaluar el cumplimiento de aspectos morales en las organizaciones de forma global y estandarizada puede delimitarse a la configuración de riesgos que condicionen la ética de las personas, esto de por sí, así planteado, sería más una limitación que una aportación. Por lo tanto, los objetivos de este estudio son: (i) evaluar el estado de la literatura sobre cumplimiento y exponer mediante un caso el proceso de compliance, y (ii) demostrar las potencialidades de ir por delante y desarrollar un moral compliance integrando los aspectos morales en las organizaciones de forma previa a su regulación formal.

Así, el presente artículo presenta una propuesta para entender que la implementación del cumplimiento normativo en la gestión de la compañía es más sencilla y ayuda más a la sostenibilidad de la misma cuando está basado en el despliegue de la ética, incorporando en la gestión de riesgos la variable moral.

Para conseguir el objetivo propuesto, el documento se estructura de la siguiente forma: en un primer apartado se presenta una síntesis del desarrollo teórico y de la evolución del compliance en las organizaciones; en un segundo apartado, ideas que justifican la necesidad de un compliance moral. Seguidamente, como tercer apartado, y lo más importante, se aborda la descripción del caso seleccionado, y se exponen; el proceso de decisiones, la gestión de riesgos, las pautas de compliance legal y los resultados esperados, con objeto de analizar y demostrar la importancia y relevancia de ir más allá y desarrollar un compliance que incluya una perspectiva moral. En el cuarto apartado, presentamos una propuesta de moral compliance estableciendo las más relevantes y significativas pautas que debe seguir desde nuestra experiencia y desde el caso analizado del moral compliance. Finalmente se exponen las principales conclusiones, incluyendo las limitaciones y las futuras líneas de investigación.

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1. Revisión de Literatura sobre Compliance

Los requisitos de cumplimiento pueden derivarse de los cuerpos legislativos y de la regulación (por ejemplo, Sarbanes-Oxley, Basilea II, HIPAA), las normas y códigos de prácticas (por ejemplo, SCOR, ISO9000), y también los contratos con los socios. Así, el uso e implantación de estas herramientas y servicios se estimó en más de 32 mil millones de dólares en 2008 (Hagerty et al., 2008). Después de años de debate sobre la importancia de la conducta ética en las organizaciones, los gobiernos decidieron institucionalizar la ética para evitar violaciones legales en las organizaciones (Ferrell et al., 1998). Se denota así el gran esfuerzo que se está haciendo tanto desde la administración como desde las organizaciones, pero aún cabe un análisis más metodológico desde la academia con objeto de exponer si con este legal compliance es suficiente o quizá puede ir más allá, por ejemplo con la inclusión del concepto moral en el mismo. Para ello revisamos la literatura referente.

El compliance ha sido estudiado al menos desde dos perspectivas, una es la relacionada con el ámbito de trabajo, bien el sector o bien la actividad concreta a la que se hace referencia y otro es el país de implantación. Así, existen trabajos que miden, desarrollan y evalúan el compliance desde la biología; por ejemplo Bergseth et al. (2015) examinan cuantitativamente la función del cumplimiento de los resultados biológicos de 63 reservas marinas, Batjes y Van Wesemael (2015) estudian el compliance en el sector del carbón, Shah (2016) desarrolla cómo el cumplimiento puede integrarse, y por ello mejorar la gestión de los fondos financieros, Hunter et al. (2016) estudian este fenómeno desde el sector inmobiliario, Grimm et al.,

(2016) desde los proveedores y la sostenibilidad, y Muir et al. (2016) desde Internet. El factor país también es importante, de ahí, que la mayoría de estudios se centran en general en un único país posiblemente, porque el compliance va ligado a la legislación, la cual es completamente diferente en función de los países; incluso cuando hablamos de la propia Unión Europea. Así, existen estudios que se centran en los aspectos legales en Estados Unidos desde la perspectiva del cumplimiento de los impuestos (Ruhl y Katz, 2015). En Reino Unido, por ejemplo, se puede destacar el trabajo que han desarrollado Elgharbawy y Abdel-Kader (2016) en el que le dan un enfoque más social realizando una conexión del compliance con el gobierno corporativo y desde la perspectiva del emprendizaje. En otros países europeos, como Italia también tenemos estudios de referencia, como el de Titoli (2013) o en Alemania los trabajos de (Graf y Stiglbauer, 2008; Nowak et al., 2006).

Para el caso de España que es el que nos ocupa, ha de decirse que a partir de la reforma del Código Penal en 2010 con la introducción de la responsabilidad penal de las empresas, principalmente las grandes empresas y más si estaban internacionalizadas, han trabajado en gestionar sus riesgos penales en sus procesos, de tal forma que ante una imputación por un delito cometido en el seno de la misma poder evidenciar que ejercían el debido control. La mayoría de estas organizaciones tuvieron que revisar y actualizar sus códigos éticos y, sorteando la crisis económica, tratar de mitigar los nuevos riesgos que la Ley presentaba al poder imputarse a las personas jurídicas por delitos cometidos por sus empleados, directivos o administradores. Según el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), la corrupción y el fraude han pasado a ser uno de los principales problemas que existe en España, pasando de un porcentaje entorno al 9-10% de importancia entre los años 2010-2012 a niveles del 50-60% en el año 2015, y situándose en el mes de mayo de 2016 en un 46,7% (Barómetro del CIS).

Así, en España, se ha dado un incremento de los estudios que pretenden dar respuesta a esta cambiante realidad en la que la persona jurídica es responsable de las actuaciones de sus stakeholders si ésta no ha establecido un control interno eficiente en cuanto a los procesos y actuaciones organizacionales se refiere. Por ejemplo, tenemos el trabajo realizado por Criado-Jiménez et al. (2008) que analizan el cumplimiento con la legislación contable utilizando una muestra de 78 empresas grandes españolas. Véase a Míguez (2015) o Teixeira-Rodríguez (2015) para un análisis detallado del compliance legal en España. Otros autores, como por ejemplo Lozano et al. (2016) analizan la responsabilidad social desde la perspectiva del compliance legal y la regulación en España incluyendo no solo la perspectiva legal, sino interconectando la misma a la responsabilidad social que sobre todo las grandes empresas han adquirido y asumido en la última década como legítima. Sin embargo, todos estos trabajos solo analizan el cumplimiento de forma parcial o en relación con un aspecto concreto de la organización, si tener en cuenta el compliance como un todo; y mucho menos desde la perspectiva que pretendemos abordar en este trabajo, la perspectiva moral.

2.2. Hacia el Moral Compliance: ideas, argumentos y premisas

La crisis no ha ayudado a que el movimiento y las iniciativas para impulsar la responsabilidad social en el tejido industrial se hayan consolidado de forma global. A pesar de que haya asociaciones exitosas como la Red Española del Pacto Mundial que han firmado e impulsado compromisos como el de 2014 para promover iniciativas encaminadas al desarrollo y seguimiento de los diez principios del Pacto Mundial, con un foco especial en el principio diez que dice: “las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno”. Para lo cual se pone de manifiesto la necesidad de reforzar y promover la ética y transparencia en las organizaciones, tanto públicas como privadas (véase también previamente el trabajo de Anand, Ashforth y Joshi, 2004).

Pensamos en un modelo de organización donde la empresa no tomara solo como referente para actuar, en una apuesta clara por ser socialmente responsable, el Código Penal o tratase de acreditar su compromiso ético por medio de unos protocolos de prevención incluidos en un Código Ético de alto nivel más propio de un “Compliance cosmético”, sino que más bien en una apuesta por, como agente comprometido con la sociedad a la que presta sus servicios, desarrollar su compromiso ético con todos sus grupos de interés (Retolaza, Ruiz-Roqueñi y San-Jose, 2015) y por la sostenibilidad, estableciendo un modelo de prevención y control de riesgos donde el Riesgo Moral (Retolaza et al., 2015) se incorpora a la gestión y se implementa en lo que podríamos llamar moral compliance, para terminar integrándose en la gestión diaria de la compañía.

Con el modelo que planteamos buscamos una clara conexión más allá de lo conceptual entre Ética Empresarial, Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad: una organización debe hacer un planteamiento integral del papel que juega en un contexto social amplio, tomando conciencia de sus impactos y asumiendo las responsabilidades que le correspondan (Bajo, 2015).

Por ello, el compliance moral que planteamos es un sistema de gestión a implantar en una empresa, que partiendo de un enfoque de empresa socialmente responsable establece un modelo de gestión para proceder de manera ética, pero con un objetivo estratégico que apuesta por la sostenibilidad del mundo en que vivimos.

Cuando hablamos del compliance legal siempre hablamos de evitar la comisión de delitos por la vía de haber implantado en el Sistema de Gestión medidas de prevención y control de delitos en todos los niveles de la empresa. Al final la empresa podrá acceder a la exención de la responsabilidad penal si tiene establecido un modelo de organización y gestión, el llamado Programa de Compliance.

Este modelo debe cumplir al menos los siguientes requisitos:

- Debe ser adoptado antes de la comisión del delito.
- Debe ser ejecutado con eficacia antes de la comisión del delito.

- Debe incluir medidas de vigilancia y control idóneas para:
 - » Prevenir delitos de la misma naturaleza que el cometido.
 - » O para reducir de forma significativa el riesgo de su comisión.

Contextualizando, señalar que el neoliberalismo, de forma general, reduce el ámbito de la ética al cumplimiento de las reglas del mercado; desde esta perspectiva podría hablarse de un reduccionismo ético en las últimas décadas. El ideal neoliberal consiste en la existencia de una correspondencia óptima entre las reglas de mercado y la normativa legal, cuyo fin fundamental es defender la libertad del mercado. Bajo este planteamiento existe un cierto reduccionismo de la ética a lo legal; diluyendo la reflexión ética al ámbito de la virtud, entendida, en el ámbito empresarial, como una reducción de los costes de transacción (incentivos, conductas oportunistas, etc.) vinculados al cumplimiento de las normas o al de la crítica de las normas legales que entren en contradicción con la lógica de la libertad de mercado, y las reglas “naturales” que del mismo se derivan.

El riesgo moral propone, precisamente, que una conducta, que puede ser apropiada desde el punto de vista legal y desde la lógica de mercado, pase a plantearse como un problema ético.

En esta línea y avanzando hacia el moral compliance, señalar que el riesgo moral consiste en aquella situación en la que un sujeto toma una decisión cuyo resultado, de ser positivo le beneficia a él, mientras que en caso negativo los costes son asumidos por terceros (Krugman, 2009). Beim y Calomiris (2002) proponen una buena metáfora sobre este concepto, al señalar que se trata de una apuesta en la que “si sale cara gano yo, y si sale cruz, otro pierde”. Desde un planteamiento simplificado, resulta evidente que se trata de una situación en la que el agente, tiene incentivos para superponer sus propios intereses sobre los intereses de seguridad de terceros, a los que puede afectar con sus actuaciones.

El riesgo moral se da de forma habitual en la empresa (Dembe y Boden, 2000), y sería bueno que si éste se asume, por lo menos sea de una forma deliberada y no inconsciente. Así, y partiendo de que el moral compliance debiera sustentarse en un mecanismo como lo es la empresa, se deberían identificar las prácticas y situaciones donde potencialmente se puede dar el riesgo moral, y cuál puede ser la estructura del moral compliance en una empresa cotizada (Arrow, 1970).

En este sentido supone una clara ampliación del papel de la ética en la economía. Consecuencia de esto, a nuestro entender el moral compliance, intenta generar un proceso metodológico que facilite que aspectos que antes se consideraban como un mero problema técnico (días de pago, riesgo de impago, riesgo de ruptura con proveedores, riesgo de despido, por ejemplo) pasen a considerarse de forma sistemática como problemas que exigen un previo análisis moral por parte de los responsables de la decisión.

No obstante, desde una perspectiva crítica, cabría preguntarse si un sistema de este tipo, no puede convertirse en un sistema que consiga lo opuesto a lo que se pretende, es decir, redu-

cir la responsabilidad moral de los individuos en sus decisiones empresariales a unas simples exigencias o controles (Stansbury y Barry, 2007). De donde se deduce, que el decisor, lejos de verse impedido a una decisión moral, contemple el compliance como un sistema que le exonera de su propia responsabilidad, y en el que, por tanto, delega la decisión moral. Desde esta perspectiva, un supuesto moral compliance (incorrecto totalmente para nosotros) podría considerarse como un nuevo paso en la disminución de la responsabilidad del individuo y en su alineación moral con el diseño burocrático de la organización. Sin duda, no es objeto del moral compliance que aquí se defiende el hecho de que de alguna forma se reduzcan las responsabilidades del individuo. Todo lo contrario, este tipo de compliance más global y que integra problemas morales permitirá tener mayores conocimientos sobre las potenciales situaciones de riesgo moral que pueden darse en las organizaciones, sus repercusiones, evolución y la forma de gestionarlos; lo que permitirá no solo mantener sino gestionar de forma más eficiente las situaciones que atañen riesgo moral.

No obstante, este potencial reduccionismo y el riesgo al reduccionismo que de él se deriva nos han hecho establecer dos premisas del moral compliance, que eviten los riesgos hacia la exoneración de lo moral para los decisores. Así, las premisas del moral compliance que postulamos son:

- 1) El moral compliance no es un procedimiento ni un sistema acotador, sino un aspecto a incorporar en la cultura de la organización amplio e inclusivo (Sinclair, 1993); de forma similar a como la calidad no es un simple trámite de justificación administrativa, o en positivo, como la cultura organizacional impregna e influye en la totalidad de decisiones y acciones de la organización.
- 2) El moral compliance no da respuestas finalistas o definitivas, no es un sistema de acotación del pensamiento libre del decisor; sino que el deber del moral compliance es impedir que se den decisiones tácitas, supuestamente técnicas, que puedan afectar negativamente a terceros sin que exista una reflexión moral previa y concienzuda por parte del decisor.

En este sentido defendemos un moral compliance, que consista en un instrumento de identificación de situaciones que produzcan riesgo moral en las empresas, las cuales requieran de reflexión moral por parte de los decisores. El moral compliance no es una solución concreta a problemas éticos; sino que permite visualizar el problema (moral), de forma que el decisor, se vea obligado a realizar un análisis de las consecuencias morales que se pueden derivar de la situación, y consecuentemente, a tomar una decisión consciente; que incluya el conjunto de factores éticos, económicos y culturales implicados.

3. EVIDENCIAS EMPÍRICAS: GESTIÓN DEL COMPLIANCE LEGAL DESDE LA NORMALIZACIÓN

3.1. Ficha Técnica y Metodología

El compliance, como se ha visto en la revisión de la literatura debe ser estudiado desde una perspectiva completa, debido a su complejidad, pero previamente debemos conocer y analizar el compliance legal aplicado en la actualidad. Con objeto de poner de relieve la situación en la que se encuentra, se ha utilizado el análisis de caso (Yin, 2013); en concreto estudiando la ISO 19600: 2015 y el Modelo de AENOR de gestión para la prevención de delitos. Las empresas que primero han implantado esta normativa son pioneras sin duda algunas en el Estado Español, unas cotizadas, otras no, pero todas con un marcado desarrollo de sus políticas de Buen Gobierno y de Gestión de Riesgos (véase la **tabla 1**). De ahí, el interés que estos datos tienen.

Tabla 1. Ficha Técnica de las empresas: análisis de caso.

Nº	AÑO	SEDE SOCIAL	ÁMBITO ACTIVIDAD	SECTOR	VOLUMEN	COTIZA EN BOLSA
1	1857	Santander	Internacional	Financiero	Empleados: 193.863 Resultado Económico: 6.566.000.000€	Si
2	1930	Madrid	España	Seguros	Empleados: 193.963 Resultado Económico: 6.566.000.000€	No
3	2004	Castellón	España	Mutua	Empleados: 665 Resultado Económico: 2.280.002€	No
4	2012	Madrid	España	Financiero	Empleados: 244 Resultado Económico: 300.000€	No
5	1989	Barcelona	España	Inmobiliaria	Empleados: 453 Resultado Económico: 586.284€	No
6	1985	Madrid	España	Renting de vehículos y Gestión de flotas	Empleados: 280	No
7	1905	Santander	España	Mutua	Empleados: 342 Resultado Económico: 1.313.715€	No

Hablamos de un tipo de empresa que ha implantado un sistema de gestión del compliance y en este marco hablamos de dos referencias en el mercado español en materia de gestión; la UNE-ISO 19600: 2015 (sistemas de gestión de compliance) y el Modelo AENOR de Gestión para la prevención de delitos. La UNE-ISO 19600:2015 es una herramienta para detectar y gestionar los riesgos a los que se enfrentan por posibles incumplimientos de sus obligaciones. Esta norma tiene fundamentalmente tres grandes ventajas: es la referencia internacional que establece las buenas prácticas en materia de gestión de compliance, ayuda a gestionar, entre otros, el riesgo penal; y es aplicable a todo tipo de organizaciones y compatible con otras normas que establecen sistemas de gestión.

En concreto esta normativa se compone de lo siguiente:

- Las directrices para implantar, evaluar, mantener y mejorar un sistema de gestión de compliance eficaz y que genera respuesta por parte de la organización.
- Recomendaciones sobre los elementos con los que una organización debería contar para asegurar que cumple su política de compliance y que tiene capacidad para asumir sus obligaciones en este ámbito.
- Una explicación de la necesidad de actualizar la formación en materia de compliance, para aquellos profesionales involucrados en este campo cuando se produzcan cambios organizativos, legislativos o en los compromisos con los grupos de interés.
- Indicaciones sobre la integración del desempeño en compliance en la evaluación del desempeño de los empleados, o supervisión de los acuerdos de contratación externa para asegurarse de que recogen obligaciones en materia de compliance.

El Modelo AENOR de gestión para la prevención de delitos es una especificación técnica elaborada por expertos técnicos teniendo en cuenta las mejores prácticas y recomendaciones internacionales. Esta especificación establece los requisitos de un sistema de gestión de riesgos para la prevención de delitos en las organizaciones y establece un sistema de gestión de la responsabilidad social basado en la metodología de mejora continua conocida como planificar-Hacer-verificar-Actuar (PDCA en inglés) (Shewhart y Deming, 1920) (véase **Figura 1**).

Figura 1. Modelo de sistema de gestión para la prevención de delitos



Fuente: elaboración propia a partir de AENOR.

Como en el caso de otros sistemas de gestión, este sistema contiene requisitos auditables que aseguran una mejora continua del sistema de gestión de prevención de delitos. Esta especificación establece requisitos de carácter certificable, que permiten la verificación mediante un proceso de auditoría externa por parte de una organización reconocida e independiente. El cumplimiento de esta especificación no asegura que no puedan producirse conductas constitutivas de delito dentro de la organización, ni tampoco la exoneración o atenuación automática de la responsabilidad penal de la organización (Aenor, 2015)

3.2. Proceso de Decisiones del Compliance

Del análisis de estas empresas se puede considerar que el despliegue de su política de Buen Gobierno está indisolublemente asociada a la buena administración de la empresa, para velar por sus legítimos intereses, para asegurar su sostenibilidad, para supervisar y orientar su marcha, respetando las normas legales, la ética y los derechos de aquellos, que sin ser propietarios, tienen intereses directos o indirectos en la conducta y la marcha de la misma (clientes, proveedores, socios, empleados, autoridades, competidores y el público en general), en temas como por ejemplo el medio ambiente, la seguridad de la información o la lucha contra la corrupción.

Son empresas, muchas de ellas, con una estructura organizativa basada en el modelo anglosajón, con una separación de poderes clara entre la parte operativa y de negocio y la parte corporativa y de relaciones con los órganos rectores. El Sistema de Gobierno Corporativo de estas compañías está fundamentado en el compromiso que asumen dichas empresas con las mejores prácticas de buen gobierno, ética empresarial y responsabilidad social en todos sus ámbitos de actuación. En concreto cuenta con los siguientes elementos con objeto de garantizar el objeto social en sus organizaciones y el buen gobierno corporativo lo que denota su preocupación no solo en relación con el cumplimiento legal de la normativa sino más global y previo su preocupación hacia conceptos más éticos y morales:

- La creación, en muchos de los casos, a nivel del Consejo de Administración de Comisiones como: Comisión de Responsabilidad Social, Comisión de Auditoría y Control y la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.
- La separación de funciones entre Presidente y el Primer Ejecutivo.
- La aprobación de una serie de Políticas Corporativas para desarrollar las políticas de buen gobierno, como podría ser una Política de Gestión de Riesgos.
- La creación de la Dirección de Auditoría Interna, que, bajo la supervisión de la Comisión de Auditoría y Control, vele por el buen funcionamiento de los sistemas de control interno como tercera línea de defensa de la Compañía.
- La creación bien de un órgano colegiado o de una Dirección que gestione la función de Compliance, bajo la supervisión de la Comisión de Auditoría y Control.

- La implantación de un sistema de gestión del compliance para la prevención de delitos (compliance legal, anticipándose a los cambios que pudiera traer la reforma del código penal, que, en algunos casos, culminaron con la obtención de la certificación, por parte de Aenor.

Es por todo ello que podemos afirmar que estas empresas apuestan por la transparencia y por implantar las recomendaciones de buen gobierno de reconocimiento general en los mercados internacionales, aplicando ideas de gestión empresarial pioneras en esta materia, por delante incluso de lo que sería estrictamente de aplicación con la normativa vigente. Toman como referente clave, en la medida que les aplica, el Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas debido a la importancia que tiene que las sociedades cotizadas sean gestionadas de manera adecuada y transparente como factor esencial para la generación de valor en las empresas, la mejora de la eficiencia económica y el refuerzo de la confianza de los inversores.

Todo ello para conseguir los objetivos de velar por el adecuado funcionamiento de los órganos de gobierno y administración de la empresa, para conducirla a las máximas cotas de competitividad; de generar confianza y transparencia para los accionistas e inversores, de mejorar el control interno y la responsabilidad corporativa de la empresa, y de asegurar la adecuada segregación de funciones, deberes y responsabilidades en la empresa, desde una perspectiva de máxima profesionalidad y rigor.

3.3. Gestión de Riesgos

Estas compañías, como desarrollo de su Política de Buen Gobierno, han establecido sistemáticas para delimitar, tanto las responsabilidades de sus empleados y de su equipo directivo, como las capacidades para actuar en nombre de la empresa, buscando así la protección de la persona jurídica y la prevención de delitos y fraude dentro de la Compañía.

Para poder evitar condenas que podrían acarrear severas penas, o mitigar su dureza, estas empresas ha considerado esencial establecer protocolos internos de funcionamiento, de carácter preventivo, que permitan detectar riesgos penales y evitar determinadas conductas delictivas y, en caso de que finalmente se produjeran, poder sostener en un eventual proceso penal que la comisión de los hechos delictivos en el seno de la empresa no son consecuencia de una deficiente organización en el control de riesgo.

Se trata de garantizar ante los grupos de interés y ante los órganos judiciales que la empresa ejerce el debido control que legalmente le resulta exigible sobre administradores, directivos, empleados y demás personas de la sociedad. En particular:

- La fiscalización de potenciales situaciones de riesgo de comisión de delitos, infracciones o irregularidades graves que sólo pueden surgir en el ámbito de actuación de la Sociedad aun cuando no resulte posible su atribución a una persona en concreto.
- El rechazo por la corrupción y fraude en todas sus formas, incluidas la extorsión, el cohecho y el soborno, en el marco de unos sólidos principios de Gobierno Corporativo, basados en la transparencia empresarial.

Para estructurar todas las actuaciones de la empresa en este ámbito, se ha establecido un sistema de gestión para la prevención de delitos, con el objetivo de mitigar las posibilidades de imputación penal de la sociedad por la actuación de sus directivos y empleados y perfectamente integrable con otros sistemas de gestión que pudiera tener la Compañía.

Este sistema de gestión es de aplicación a todos los administradores, directivos y empleados de la compañía. A su vez, este sistema es actualizado o redefinido según las necesidades de la compañía.

Las finalidades del sistema de gestión son:

- Proyectar a todos los directivos y empleados un mensaje de que la compañía vela por que su actividad se base en el principio de respeto de la Ley así como en la promoción y defensa de los Valores Éticos y Principios Éticos y de Corresponsabilidad Corporativa. La compañía trabaja para que estos principios se traduzcan en mejores pautas que rijan tanto el comportamiento de las personas que integran la organización, como los procesos que definen las formas de trabajar y toma de decisiones en la compañía.
- Establecer el marco general del sistema de gestión para la prevención de delitos y contra el fraude (incluyendo las infracciones administrativas e irregularidades graves), que comprenda el conjunto de medidas dirigidas a la prevención, detección y reacción ante los mismos, en el marco del proceso de revisión y adaptación a las novedades que introduce la modificación del Código Penal por la Ley Orgánica 1/2015, de 30 de marzo.

El Sistema de Gestión, en definitiva, define y planifica el conjunto de actividades o medidas a adoptar por la compañía en aras a la prevención de delitos y contra el fraude, su detección y reacción en el caso de que se produzcan, en el marco de lo previsto en el Código Ético que tenga establecido la compañía.

En este contexto, en cuanto a la definición de responsabilidades y sin perjuicio de las funciones superiores propias de los órganos de gobierno y dirección de la compañía, corresponderá al Compliance impulsar y supervisar la implantación, desarrollo y cumplimiento del Sistema de Gestión. Con tal fin contará con las facultades necesarias para garantizar la eficacia de dicha función.

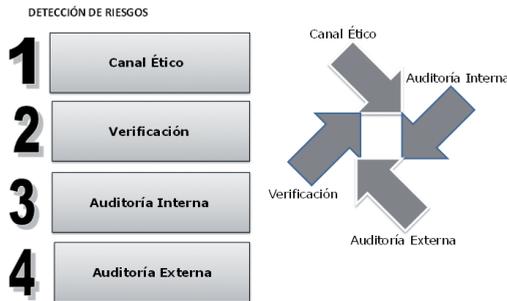
Los administradores, directivos y empleados de la Sociedad a quienes le sean de aplicación, adicionalmente, otras normas o políticas, de carácter sectorial, los cumplirán igualmente. Se establecerá la adecuada coordinación a fin de garantizar la congruencia entre tales normas y políticas y los principios establecidos en el Sistema de Gestión para la prevención de delitos

3.4. Programa de Legal Compliance

En el marco de los principios de la Política de Gestión de Riesgos que tenga cada Compañía, el Sistema de Gestión tendrá establecido un plan de acción integrado por un conjunto de medidas de prevención y detección de conductas que pudieran constituir delitos o conductas corruptas o fraudulentas en sus distintas formas. Además de las medidas organizativas, el sistema de gestión establece (véase **Figura 2**):

- Medidas de implementación (sistemas y procesos, programas específicos como políticas de proveedores, de patrocinios, de relación con las administraciones públicas, de comunicación, de formación...), hablamos de:
 - » Un Manual de Prevención de Riesgos Penales, que se general conocimiento y se incorpora a la formación de los empleados.
 - » Actualizar y revisar las Políticas de la compañía en este ámbito.
 - » La actualización del Código Ético.
- Medidas de supervisión de la implementación y funcionamiento del sistema de gestión (estableciendo informes sobre el grado de cumplimiento en cada ejercicio y planes de acción para el ejercicio siguiente: informe de revisión del sistema por la Dirección).
- Medidas de detección de actuaciones delictivas o fraudulentas que pudieran producirse (auditorías internas y externas, controles normativos y canales para comunicación de denuncia o de actuaciones no éticas). En una palabra monitorización de la responsabilidad penal.
- Medidas de reacción ante eventuales situaciones de incumplimiento. Una vez detectada la incidencia penal, se establece un protocolo de actuación frente a la misma, que garantiza frente a terceros la reacción inmediata de la empresa, acreditándola como empresa cumplidora y sirviendo este punto como atenuante en su defensa penal.

Figura 2. Medidas de Detección de actuaciones delictivas



Fuente: elaboración propia.

Todo este conjunto de medidas constituirán el Sistema de Gestión para la Prevención de Delitos (SGPD) y se despliegan a partir de la definición del Mapa de Riesgos del Sistema de Gestión que haga la Compañía.

El SGPD, en línea con el desarrollo de cualquier norma internacional que tenga implantada la Compañía en su sistema de gestión integral, se documenta mediante el Manual del Sistema de Gestión para la Prevención de Delitos donde se describen los procesos y actividades de la organización implicadas en la gestión de los riesgos para la prevención de delitos. En el Manual del SGPD se incluyen: Alcance del SGPD, Estructura documental del sistema, Políticas relacionadas, Procedimientos establecidos, Riesgos penales identificados.

3.5. Resultados esperados

Los beneficios de la implantación de un Sistema de Gestión para la Prevención de Delitos se pueden considerar que son presentes y futuros para toda la entidad, independientemente de la naturaleza de los mismos. Es por estos beneficios y por la dimensión de los mismos, por lo que se ha visto la necesidad y la relevancia de la ejecución de un proyecto que ha llevado a la implantación del SGPD. Separaremos las ventajas en dos bloques diferentes, por un lado, centrándonos en los beneficios que nos aporta la implantación de un Sistema de Gestión en la organización y por otro, los beneficios tanto económicos como sociales de la prevención de delitos.

Si hablamos de beneficios técnicos vemos que los Sistemas de Gestión permiten estructurar una parte de la gestión de la organización. Estos sistemas deben responder a un grupo de requisitos definidos en normas, especificaciones, etc., así como ajustarse a las necesidades de cada empresa, por lo que es preciso conocer en profundidad la organización y trabajar en el diseño del mejor “traje” (sistema) para ella. Los Sistemas de Gestión permiten mejorar de manera continua la gestión de la empresa, la mejora continua está imbuida en la propia filosofía del Sistema de Gestión (planificar, implantar, comprobar y actuar). Un Sistema de Gestión marca una serie de directrices que le imprimen un carácter preventivo, lo cual es fundamental en la gestión de Riesgos y en la prevención de delitos. Así mismo, la sistematización ofrece al empresario la libertad para responder lo mejor posible a sus peculiaridades e intereses, que se adapten a las necesidades de la empresa. Ello representa un marco preventivo dotado de bastante flexibilidad, lo que es una indudable ventaja a la hora de encontrar modos de actuar adecuados al tamaño de la empresa, a su actividad, a los tipos de riesgos existentes y también a la cultura empresarial existente.

El beneficio general de la implantación de este sistema de prevención de delitos es ayudar a asegurar el cumplimiento de los objetivos fundamentales, como son: fortalecer los procesos institucionales, generar información financiera confiable y cumplir con leyes y reglamentos aplicables.

Los beneficios técnicos que se obtienen son:

- Prevenir la comisión de delitos: Evitando que la empresa se convierta en un foco de delincuencia.
- Seguridad jurídica: Evitar procesos judiciales y las penas derivadas de los mismos.
- Buen Gobierno, buena reputación: Favorecer la imagen de la empresa acreditando buenas prácticas empresariales por encima de las de la competencia.
- Imagen, buenas prácticas: Promover prácticas éticas y reforzar la imagen de la empresa en los mercados internacionales o de expansión
- Tranquilidad, estar protegido: Poder ejercer la actividad mercantil propia de la empresa con la tranquilidad y la seguridad que proporciona el estar protegido.

El principal beneficio económico de la implantación de un sistema de prevención de riesgos penales es el de permitir maximizar beneficios y reducir costes. Mediante este proyecto se reducirán los posibles costes derivados de multas que se le impongan a la organización por posibles delitos cometidos así como prevenir fraudes, delitos que impliquen un desembolso injustificado de capital, etc. Las sanciones pueden ser obligatorias o facultativas. Dentro de las obligatorias tenemos las multas, éstas podrán ser proporcionales al beneficio, multas del doble al cuádruple o del doble al triple del beneficio obtenido con el delito. Otro tipo de multa obligatoria es la llamada "días multa", el juez determinará el tiempo de cárcel así como la multa por día. Si la pena es de 5 años de cárcel y la multa es de 5.000€/día la multa podría ascender a 9.125.000€. Otras sanciones podrán ser facultativas, estas pueden variar entre las siguientes: Disolución, Clausura de locales/establecimientos, Suspensión de actividades, Prohibición de actividades, Inhabilitaciones especiales, Intervención judicial.

Es por ello que la organización se centrará en la definición e implantación de controles que eviten algunas de las sanciones nombradas anteriormente.

Este proyecto tiene unos beneficios sociales importantes para la organización:

- Reducir el riesgo penal y reforzar la imagen y perfil reputacional de la marca. Esta anticipación ayuda a prevenir, detectar y corregir los delitos que eventualmente pudieran producirse en la compañía.
- Acreditar la diligencia debida de la persona jurídica tanto en la prevención, como en el control, denuncia y reparación de los delitos que se le puedan imputar, abriendo la posibilidad de atenuar su responsabilidad penal.
- Obtener una ventaja competitiva derivada de la mejora de imagen respecto a otras empresas por tener un reconocimiento emitido por un tercero independiente y de prestigio, que verifica la implantación, mantenimiento y mejora de un Sistema de Gestión eficaz para la prevención de delitos.

- La prevención de la corrupción, soborno y otros tipos delictivos que generan confianza en la organización.
- Empresas más comprometidas con la cultura de cumplimiento y con la ética;
- Reducción general de comisión de delitos en proveedores y clientes y por extensión en la sociedad.
- Mayor involucración de los empleados con la ética organizacional, que a buen seguro se trasladará en su papel como ciudadano.

4. PROPUESTA DEL MORAL COMPLIANCE

Son muchas las evidencias que tenemos en los últimos años de cómo muchas empresas han implantado políticas de responsabilidad social corporativa como una herramienta de apoyo al marketing y la acción social, y por tanto como mera imagen, pero no como una forma de desarrollar su compromiso con la sociedad a la que presta sus servicios. Buscamos que las empresas den un paso más e integren la responsabilidad social como parte de su forma de ser o hacer, de su cultura ética empresarial.

Entendemos que una empresa que incorpora en su gestión el análisis y evaluación de sus riesgos está dando pasos por la sostenibilidad de la misma; en este marco los compromisos externos voluntarios que se adquieran más allá de la ley, que a veces serán recomendaciones, como puede ser el Código Rodríguez (CNMV, 2015), pueden servir de palanca para la implantación del modelo “Moral Compliance” de forma interna en la organización y serán una clara evidencia del despliegue de la política de Buen Gobierno de la compañía (Adelstein y Clegg, 2015).

La formación, las campañas de sensibilización y los esfuerzos realizados por la empresa para divulgar y hacer cumplir el contenido del código ético y de conducta (Lane, 2002) son claves para crear una cultura ética y del cumplimiento y lograr así minimizar riesgos, evitar sanciones, pérdidas de reputación, que suelen ir acompañadas de la aplicación de medidas sancionadoras, dando así la razón a las personas que concluyen que la manera más eficaz de transmitir un mensaje y conseguir una disciplina de cumplimiento es a través de la sanción reiterada de las infracciones (Regueira, 1982).

En esta línea de crear cultura dentro de la organización, la empresa que apuesta por la excelencia empresarial (Cortina, 2000) ha de tomar decisiones contando con valores éticos, a fin de cuentas son las grandes corporaciones las que en el mercado global pueden crear una cultura basada en la ética empresarial, donde los códigos éticos y de conducta son la base para establecer los principios de actuación y las pautas de conducta a los que debe atenerse el comportamiento de una empresa y sus personas, así como de aquellos que trabajan en su nombre, en sus relaciones internas y hacia el exterior, en su desempeño diario (Goñi, 2011), donde las buenas prácticas empresariales para que sean creíbles deben ir más allá de la libertad de empresa (UN Global, 2000) y apostar por dar satisfacción a todos los grupos de interés.

Planteamos un modelo de gestión para mejorar el nivel de cumplimiento de una organización con la sociedad y sus grupos de interés: Compliance Moral. Pero un modelo de gestión a desarrollar en el marco de una ética empresarial, donde la empresa ha asumido la responsabilidad social como parte de su carácter, de su forma de ser o hacer (García Marza, 2015). Por eso entendemos que es necesario desarrollar una cultura ética en la empresa y esta cultura no parte de cero, son muchos los elementos que la conforman y que la condicionan, si la empresa no es nueva, a la hora de plantear cualquier evolución como puede ser un Compliance Moral. Hemos tomado como punto de partida empresas que hayan implantado un Compliance Legal por la diversidad de instrumentos (políticas, códigos, controles, etc.) que expresan explícitamente el marco de referencia de sus actuaciones para afrontar las relaciones con la legislación vigente en los diferentes países donde están implantadas. Al final hablamos de una cultura normativa basada en evitar lo negativo, las actuaciones rechazables. Se trata de evitar riesgos y de sancionar. Pero con todos estos planteamientos pensamos que se aprende más lo que no debe hacerse o no es aceptable, en base a la cultura normativa establecida, que lo que debe hacerse y en último término se responde básicamente a la voluntad de evitar una mala reputación.

Pero nuestro modelo plantea una ética organizativa donde juega un papel fundamental la componente personal en la gestión de un nuevo elemento que es el riesgo moral (Lozano, 2012). Hablamos de hacer crecer la calidad humana de las personas en la organización. Hablamos de un sistema de gestión que ayude a la construcción del carácter como un componente intrínseco del desarrollo profesional. El llegar a identificar las situaciones de riesgo moral y las propuestas de cómo podría gestionarse permitirá identificar figuras referentes en la organización; lo cual ayudará a definir políticas de reconocimiento coherentes con los valores que se afirman. Este modelo ayudará con sus planteamientos procedimentales a gestionar los procesos de toma de decisiones, a gestionar la diversidad de criterios. El mapa de riesgos morales que se plantea desarrollar, y que estará vivo, integrará los valores de la Compañía y ayudará a aplicar los procesos de toma de decisiones y sobre todo en aquellas situaciones donde haya que afrontar dilemas morales.

Buscamos un modelo que ayude a la organización a ser consciente de sus retos éticos, pero a través de sus personas. Son éstas las que tienen que ser conscientes de los retos. Planteamos un modelo que apuesta por la sostenibilidad de la empresa con sus grupos de interés, por tanto se ha de desarrollar en una coyuntura empresarial basada en la necesidad de cambiar para ser competitivos en un mercado global, incorporando la creatividad y la participación de las personas, lo que lleva a romper la organización tradicional. Hablamos de una organización con una cultura ética y unas personas que comparten esos valores y que los incluyen en la toma de decisiones: transparencia, participación, flexibilidad frente a la rigidez de las normas, ya que pueden derivar en conductas no éticas o búsqueda del bien común.

Hablamos de crear equipos de trabajo para gestionar los riesgos morales. La toma colegiada de decisiones en determinados aspectos ayuda, ya que es más difícil convencer de superar los límites a un grupo de personas que a una sola. Un grupo que analice el post de

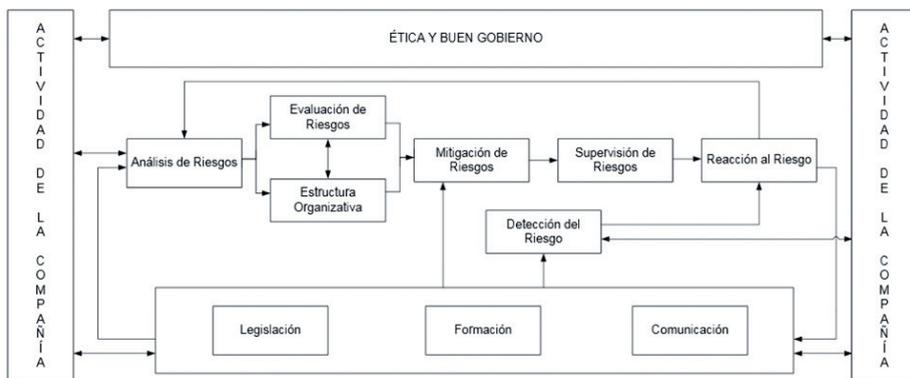
los dilemas éticos, para tomar conciencia y avanzar en la madurez ética de cada una de las personas, en una palabra abordar la mejora continua. En resumen para reflexionar sobre qué valores están ayudando a la sostenibilidad de la organización, qué personas y qué decisiones. Para así poder establecer un sistema (compliance moral) que ayude al conocimiento de la ética en la organización; y pueda integrarse en el proceso decisional de la empresa.

Al final tendremos personas con amplitud de miras, con ambición de sobrevivir, de crecer, con valentía y generosidad que no piensen solo en el corto plazo y si en la sostenibilidad de la empresa en el marco de la sociedad en la que se desarrolla.

En concreto este modelo de Prevención y Control de Riesgos Morales (véase **Figura 3**) estaría compuesto de:

- Mapa de Riesgos Morales.- Identificación de las actividades en cuyo ámbito puedan identificarse riesgos morales que deben ser gestionados, más allá del cumplimiento legal y de la ética aplicada por el responsable de la actividad donde surge el riesgo.
- Modelo de gestión de dilemas éticos.- Disposición de una sistemática de gestión de los dilemas que pudieran surgir en la gestión de los riesgos morales.
- Plan de formación para impulsar el aprendizaje del nuevo enfoque de empresa responsable, que impulse el desarrollo profesional de las personas y su reconocimiento, promoviendo la imaginación moral y el aprendizaje.
- Protocolo de toma de decisiones.- Establecimiento de protocolos o procedimientos que concreten el proceso de formación de la voluntad de las personas de la organización, de adopción de decisiones y de ejecución en las mismas con relación a aquéllos.
- Canales de comunicación.- Incorporar a la cultura de la organización la obligación de informar de posibles riesgos e incumplimientos al organismo de vigilar el funcionamiento y la observancia del modelo de prevención.
- Sistema de reconocimiento/disciplinario.- Establecimiento de un sistema de reconocimiento/disciplinario que premie/sancione adecuadamente el cumplimiento o incumplimiento de las medidas que establezca el modelo. Que ayude a identificar figuras referentes en la organización y que esté enlazado con el programa formativo que ayudará a las personas a ser coherentes en su desempeño profesional con los valores de la Compañía.
- Verificación periódica.- Realización de una verificación periódica del modelo y de su eventual modificación cuando se pongan de manifiesto infracciones relevantes de sus disposiciones, o cuando se produzcan cambios en la organización, en la estructura de control o en la actividad desarrollada que los hagan necesarios.
- Órgano de supervisión, con poderes autónomos de iniciativa y de control y dedicado a la supervisión del funcionamiento y del cumplimiento del modelo.

Figura 3. Mapa de Procesos del sistema de Gestión



Fuente: elaboración propia.

Para acometer esta hoja de ruta y constituirse una organización en un referente de la aplicación de buenas prácticas en materia de gestión de compliance, traspasando fronteras, culturas y jurisdicciones, también hay ayuda internacional en la que apalancar nuestro objetivo; así tenemos por un lado la Norma ISO19600 Sistema de Gestión del Compliance, que incluye recomendaciones sobre elementos con los que una organización debe contar para demostrar su compromiso con los requisitos legales que le son de aplicación y con aquellos otros con los que voluntariamente haya decidido comprometerse.

Estamos planteando una investigación para llegar a implementar un sistema de gestión ética en las organizaciones de forma voluntaria, y esta iniciativa puede contribuir al desarrollo y puesta en práctica de comportamientos éticos en las organizaciones, superando con ello el conflicto entre la regulación obligatoria y las prácticas éticas ocasionales (Argandoña, 2003).

No olvidemos que estamos planteando un modelo que pretende romper el dilema moral entre una gestión basada en la regulación legal y la gestión ética. Hoy en día la sociedad tiene un claro interés en que las personas y las empresas se comporten siempre éticamente, porque así se conseguirá que, al menos habitualmente, los resultados sean éticos, y que las organizaciones mejoren siempre como centros éticos y económicos de toma de decisiones (Argandoña, 2003).

Nuestra investigación busca facilitar que las personas o las organizaciones sean éticas o al menos los resultados de sus decisiones. El resultado buscado permitirá aplicar una cultura de integridad y compliance que hará posible minimizar los riesgos de incumplimiento, esto es, minimizar los riesgos de sufrir sanciones, multas, pérdidas económicas o pérdida de reputación. El modelo buscado constituirá, por tanto, una ayuda para ser

aplicada por los órganos de gobierno de la organización, por la alta dirección, por los que tienen que tomar decisiones en el ámbito de los procesos y por quienes tienen la responsabilidad del compliance en la empresa. El modelo, a criterio de cada empresa, recogerá directrices, ayudará a evaluar riesgos y resolver dilemas morales, para implantar y mejorar un sistema de gestión de compliance moral eficaz y receptivo para el conjunto de los grupos de interés.

Todo ello redundará, no solo en una buena imagen corporativa, sino en un factor clave para la sostenibilidad de la empresa, objetivo sobre el que construir el compromiso de la empresa con la sociedad a la que presta sus servicios, con un entorno que deseará que permanezca en su territorio y con sus personas que se sentirán orgullosas de trabajar en la misma.

5. CONCLUSIONES

No estaríamos muy equivocados si pensásemos que la crisis actual tiene su origen en una serie de actos contrarios al cumplimiento legal. La falta de cumplimiento normativo ha hecho que haya una crisis de confianza por parte del legislador que ha obligado a que éste incremente las exigencias normativas imponiendo mayor control a las empresas en todos los ámbitos, esto hace que este nivel, por efecto cascada, se traslade a la cadena de suministro, pero también que otros grupos de interés mantengan y eleven el nivel de exigencia del legislador a las empresas que les ofrecen sus servicios.

Hoy en día el negocio sigue estando por delante del cumplimiento en muchos sectores, y la ética y el cumplimiento son sistemas de mínimos en muchas empresas. En nuestra investigación proponemos un importante cambio cultural, un nuevo modelo de gestión que exige, como no, poner el cumplimiento normativo por delante del negocio pero incorporando una nueva variable para evaluar los riesgos de la compañía, la moral, una variable que en su gestión tiene en cuenta a cada grupo de interés de la organización.

A partir del análisis de empresas que aplican el compliance legal en España, en este trabajo además de revisar la situación del compliance legal se propone ir por delante de él, y establecer un sistema de compliance moral; el cual se fundamenta en analizar procesos donde pueda surgir un riesgo moral. En esta propuesta estos casos de riesgo moral, que previamente podrán ser identificados, irán acompañados de un mapa de riesgos morales, y permitirán conocer las medidas de control y de detección que puedan ser aplicadas, evitando comportamientos imprudentes que pudieran generar una responsabilidad a la empresa y que dieran lugar, por ejemplo, al surgimiento de otros riesgos como pudieran ser los reputacionales. Se han delimitado dos premisas: el moral compliance no es un mero sistema o procedimiento empresarial acotador, sino un aspecto a incorporar en la cultura de la organización amplio e inclusivo, y el moral compliance, no es un sistema de acotación del pensamiento libre del decisor; sino un sistema que conlleva de forma previa una reflexión moral del decisor sobre las potenciales afecciones hacia

terceros de sus actuaciones; integrando así los riesgos que estas pudieran ocasionar. La aportación consiste en que puede, al menos, teóricamente, desarrollarse un sistema que permite aplicar una cultura de integridad y compliance moral que hará posible gestionar, conocer y analizar los problemas de riesgo moral que puedan darse en las organizaciones. Esto no solo tendrá beneficios para su reputación, sino también redundará sobre la sostenibilidad de la empresa.

Existen algunas limitaciones, ya que la selección de un único caso podría sesgar los resultados obtenidos, sin embargo, este trabajo de investigación consiste en demostrar la posibilidad y la potencialidad de un moral compliance, lo cual puede ser perfectamente compatible con un único caso. Sí que es verdad, que las futuras líneas de investigación pueden ir en esta línea; por un lado realizar otros análisis a empresas con características diferentes con objeto de agrupar las diferentes situaciones empresariales, así como listar todas las actuaciones y situaciones que conllevan riesgo moral en las organizaciones para que posteriormente puedan ser valoradas por expertos académicos, profesionales y políticos con objeto de establecer el mapa de actuación más idóneo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adelstein, J., & Clegg, S. (2015). Code of ethics: a stratified vehicle for compliance. *Journal of Business Ethics*, 1-14.
- AENOR (2015). Compliance management systems. Guidelines. UNE-ISO 19600:2015 (data 2015-04-15. Available at www.aenor.es (reviewed at 20 December 2016).
- Anand, V., Ashforth, B.E. y Joshi, M. (2004). Business as usual: The acceptance and perpetuation of corruption in organizations. *Academy of Management Executive*, 18(2): 39-53.
- Argandoña, A. (2003). Sobre los sistemas de gestión ética social y medioambiental en las empresas. *Revista Papeles de Ética, Economía y Dirección*, (8), 90-114.
- Arrow, K. (1970). *Essays in the Theory of Risk-Bearing*. North-Holland Pub. Co.
- Bajo, A. (2015). Ética Empresarial, RSE y Sostenibilidad, Ética Empresarial, RSE y Sostenibilidad: Conexión conceptual. En *La gestión de valores en la empresa como aportación de valor: memoria académica curso 2014-2015*, 91-106. Universidad Pontificia Comillas.
- Batjes, N.H., Van Wesemael, B., 2015. Measuring and monitoring soil carbon. En: Banwart, S.A., Noellemeyer, E., Milne, E. (Eds.), *Soil Carbon Science, Management and Policy for Multiple Benefits*. SCOPE Series, vol. 71, CABI, Wallingford, UK, 188–201.
- Bergseth, B. J., Russ, G. R., & Cinner, J. E. (2015). Measuring and monitoring compliance in no-take marine reserves. *Fish and Fisheries*, 16(2), 240-258.
- Comisión Nacional del Mercado de Valores (2015). Código Unificado de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas, "Código Rodríguez". Recuperado de http://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/codigogov/codigo_buen_gobierno.pdf
- Cortina, A. (2000). Las tres edades de la ética empresarial. *Diario El País*, 29-11-2000. Recuperado de http://elpais.com/diario/2000/11/29/opinion/975452411_850215.html
- Criado-Jiménez, I., Fernández-Chulián, M., Larrinaga-González, C. & Husillos-Carqués, F. J. (2008). Compliance with mandatory environmental reporting in financial statements: The case of Spain (2001–2003). *Journal of Business Ethics*, 79(3), 245-262.
- Dembe, A. E., & Boden, L. I. (2000). Moral hazard: a question of morality? new solutions: *A Journal of Environmental and Occupational Health Policy*, 10(3), 257-279.
- Elgharbawy, A. & Abdel-Kader, M. (2016). Does compliance with corporate governance code hinder corporate entrepreneurship? Evidence from the UK. *corporate governance. The International Journal of Business in Society*, 16(4).
- Ferrell, O. C., LeClair, D. T., & Ferrell, L. (1998). The federal sentencing guidelines for organizations: A framework for ethical compliance. *Journal of Business Ethics*, 17(4), 353-363.

- Garcia Marza, D. (2015). Sin ética no hay mercado, como ha demostrado la crisis. Levante el Mercantil Valenciano (27/12/2015). Disponible en www.levante-emv.com; 20 de diciembre de 2016.
- Goñi, J. L. (2011). Ética Empresarial y Códigos de Conducta. Madrid: Editorial LA LEY.
- Graf, A., & Stiglbauer, M. (2008). Measuring corporate governance in Germany: an integrated framework on compliance and transparency & disclosure. *Corporate Ownership & Control*, 6(2), 456-466.
- Grimm, J. H., Hofstetter, J. S., & Sarkis, J. (2016). Exploring sub-suppliers' compliance with corporate sustainability standards. *Journal of Cleaner Production*, 112, 1971-1984.
- Hagerty, J, J Hackbush, D Gaughan and S Jacobson (2008). E-governance, Risk Management, and Compliance Spending Report, 2008–2009: Inside the \$32B GRC Market. AMR Research, Boston, USA, 25th Mar. 2008.
- Hunter, C., Bretherton, J., Halliday, S., & Johnsen, S. (2016). Legal compliance in street-level bureaucracy: A study of UK housing officers. *Law & Policy*, 38(1), 81-95.
- Jones, G. (2016). Editorial: does compliance generate responsibility? *Journal of Global Responsibility*, 7(1), 2-3.
- Krugman, M. (2009). El Retorno de la Economía de la Depresión y la Crisis Actual. Crítica.
- Lane, T. (2002). Hazard: does IMF financing encourage imprudence by borrowers and lenders?. *International Monetary Fund*.
- Lozano, J. M., Albareda, L., Ysa, T., Roscher, H., & Marcuccio, M. (2016). *Governments and Corporate Social Responsibility: Public Policies Beyond Regulation and Voluntary Compliance*. Springer.
- Lozano, J.M. (2012). *La empresa ciudadana como empresa responsable y sostenible*. Madrid: Editorial Trotta.
- McKendall, M., DeMarr, B., & Jones-Rikkers, C. (2002). Ethical compliance programs and corporate illegality: Testing the assumptions of the corporate sentencing guidelines. *Journal of Business Ethics*, 37(4), 367-383.
- Míguez, J. A. R. (2015). El reto de la implantación de los PDC en materia antitrust en España. *Revista de Derecho de la Competencia y la Distribución*, (17), 6.
- Muir, A., Spacey, R., Cooke, L., & Creaser, C. (2016). Regulating internet access in UK public libraries: legal compliance and ethical dilemmas. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 14(1), 87-104.
- Nielsen, V. L., & Parker, C. (2012). Mixed motives: economic, social, and normative motivations in business compliance. *Law & Policy*, 34(4), 428-462.

- Nowak, E., Rott, R., & Mahr, T. G. (2006). The (Ir) relevance of disclosure of compliance with corporate governance codes-evidence from the German stock market. Swiss Finance Institute Research Paper Series, (06-11).
- Parker, C., & Nielsen, V. L. (2008). Corporate compliance systems: could they make any difference?. *Administration & Society*.
- Regueira ,C.D. (1982), "Dígalo con sanciones". Madrid: Editorial Cesem.
- Retolaza, J. L., Ruiz-Roqueñi, M., & San-Jose, L. (2015). An Innovative Approach to Stakeholder Theory: application in spanish transnational corporations. *Review of Business Management*, 17(55), 1007-1020.
- Retolaza, J.L., San-Jose, L., Urionabarrenetxea, S. & Garcia-Merino, D. (2016). Linking the moral hazard and leverage in companies, *Ramon Llull Journal of Applied Ethics* 144 (7): 143-166.
- Ruhl, J. B., & Katz, D. M. (2015). Measuring, monitoring, and managing legal complexity. *Iowa Law Review*, 101, 191.
- Stansbury, J. y Barry, B. (2007). Ethics programs and the paradox of control. *Business Ethics Quarterly*, 17(2): 239-61.
- Shah, A. (2016). Golden rules of compliance for first-time fund managers. *International Financial Law Review*, 35(21), 4.
- Sinclair, A. (1993). Approaches to organizational culture and ethics. *Journal of Business Ethics*, 12(1): 63-73.
- Teijeira-Rodríguez, M. (2015). Legal Compliance: Conceptualización en el marco de la regulación corporativa. En: *Estudios sobre el futuro Código Mercantil: libro homenaje al profesor Rafael Illescas Ortiz*. Getafe : Universidad Carlos III de Madrid, 2015, pp. 935-948. ISBN 978-84-89315-79-2. <http://hdl.handle.net/10016/21026>
- Titoli, A. E. (2013). Corporate governance in Italy. Compliance with the CG code and directors' remuneration. *Note & Studi*, (5).
- Trevino, L. K., Weaver, G. R., Gibson, D. G., & Toffler, B. L. (1999). Managing ethics and legal compliance: What works and what hurts. *California Management Review*, 41(2), 131-151.
- UN Global Compact (2000), "The Ten Principles of the UN Global Compact". Recuperado de <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- Weaver, G. R., & Treviño, L. K. (1999). Compliance and values oriented ethics programs: influences on employees' attitudes and behavior. *Business Ethics Quarterly*, 9(02), 315-335.
- Yin, R. K. (2013). *Case Study Research: Design and Methods*. Sage publications.

Hacia una nueva teoría de firma orientada al bien común

Jose Luis Retolaza

Jose Luis Retolaza es doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la UPV/EHU, especializado en el ámbito de finanzas. También es licenciado en Filosofía por la Universidad de Deusto y en Psicología Industrial y Clínica por la UNED. En la actualidad es Senior Fellow en la Deusto Business School, miembro del grupo de investigación interuniversitario ECRI y profesor visitante de la UPV/EHU, donde imparte clases en varios másteres. Es también director de Innovación de GEAccounting AIE (www.geaccounting.org), la comunidad de usuarios de contabilidad social. Además, es el actual presidente de la European Business Ethics Network en España (EBEN).

Leire San-Jose

Leire San-Jose es profesora titular de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y Visiting Research Fellow de la University of Huddersfield en Reino Unido. Sus investigaciones se han centrado en temas relacionados con el cash management y nuevas formas de financiación empresarial; siempre desde la perspectiva ética y la teoría de stakeholders y con objeto de crear y cuantificar el valor social de la empresa. Así, en torno a todos ellos ha escrito numerosos libros y artículos, tanto nacionales como internacionales. Además, es en la actualidad directora del grupo de investigación ECRI; Ethics in Finance & Social value (www.ehu.es/ecri).

RESUMEN

En el presente trabajo se reflexiona sobre la posibilidad de proponer una nueva teoría de firma, basada en la teoría de stakeholder, que permita una reconceptualización de la esencia y sentido de la empresa; y en consecuencia, de la definición de su rol social. En primer lugar, se revisan los presupuestos de la actual teoría de firma; y se propone como alternativa, la perspectiva ontológica de

la teoría de stakeholders. Posteriormente, se analizan los planteamientos relacionados con el “bien común”; así como la conexión de este concepto con la nueva teoría de firma propuesta. Tras concluir que, aunque existe una relación entre ambas, estas no son plenamente coincidentes, se realizan seis propuestas para avanzar en la convergencia entre ambos planteamientos. Finalmente se propone desarrollar la contabilidad social, como instrumento, tanto de gobernanza como de validación de la eficiencia del nuevo modelo.

PALABRAS CLAVE

Stakeholder, teoría de firma, teoría ontológica de stakeholder, bien común, contabilidad social, eficiencia, gobernanza.

TOWARD A NEW THEORY OF THE FIRM ORIENTED TO THE COMMON GOOD

CÓDIGO JEL/JEL CODE

A13; M14; M21

ABSTRACT

This paper reflects on the possibility to propose a new theory of firm, based on stakeholder theory, which allows a reconceptualization of the essence and meaning of the company, and therefore the definition of their social role. First, the premises of the current theory of firm are reviewed, and an alternative, based on an ontological interpretation of stakeholder theory is proposed. Subsequently, the proposals related to the “common good” are analyzed; as well as connection of this concept with the new theory of firm proposal. Although there is a relationship between the two perspectives, it is concluded that these are not fully coincide; therefore, six proposals to advance in the convergence between the two approaches are made. Finally, it is proposed the social accounting as a tool, both for governance, and for including validation of the efficiency of the new model.

KEYWORDS

Stakeholders, theory of firm, ontological stakeholder theory, common good, social accounting, efficient, governance

1. INTRODUCCIÓN

Parece existir un importante consenso sobre la necesaria transformación del modelo socioeconómico, en clave de justicia y equidad; sin embargo, resulta difícil encontrar propuestas coherentes sobre la dirección y magnitud de tal cambio. En este empeño, puede ser relevante, de forma complementaria a las propuestas de carácter macroeconómico, repensar la función social de la empresa, para intentar articular una teoría alternativa de firma. La cual podría fundamentarse en la perspectiva ontológica de la teoría de stakeholders.

Por teoría de firma puede entenderse el planteamiento conceptual relacionado con lo que es una empresa y cuál debe ser su papel en la sociedad y la economía. Pudiera parecer una reflexión filosófica sin importancia, pero está en la base de todo el sistema cultural y legal que hemos establecido en torno a la empresa; y por lo tanto, tiene importantes consecuencias prácticas.

En la actualidad, la teoría de firma dominante es monista, y se centra casi exclusivamente en el valor generado por la empresa para sus accionistas e inversores (Coase, 1937; 1988). Dicho planteamiento se sustenta en cuatro pilares fundamentales: la teoría de derechos de propiedad (Demsetz, 1967), la teoría de costes de transacción (Coase, 1960; Williamson, 1981), la teoría contractual (Barnett, 1986; Williamson, 1979), y complementariamente, la teoría de agencia (Jensen y Meckling, 1979; Eisenhardt, 1989).

En la actual teoría de firma, como corresponde a un modelo capitalista, la piedra angular que define la empresa es el capital. Prácticamente se considera que sólo el capital y el trabajo son factores de producción de valor. Habida cuenta de que el capital paga el valor del trabajo a través del salario, el valor residual pasa a ser propiedad únicamente del capital. A partir de aquí, los derechos de propiedad sobre el capital, y en consecuencia, sobre los beneficios futuros de la empresa, pasan a ser considerados como derechos de propiedad de la empresa, considerando, falazmente, que esta sólo está compuesta de capital. Desde esta misma perspectiva, se considera que el único riesgo residual lo soportan los accionistas, ya que el resto de los participantes cuentan con garantías contractuales, por lo que la gobernanza de la empresa se deja únicamente en manos de los propietarios del capital. El resultado de este razonamiento es que, tanto desde la perspectiva de la generación del valor, como de asunción de riesgos, el capital aparece como el único factor implicado, y por lo tanto como el único elemento esencial a la propia existencia de la empresa; el resto de factores son complementarios y pueden ser adquiridos en el "mercado". Pudiera pensarse que esto no afecta a la totalidad de las empresas, ya que en la economía social, los derechos de gobernanza van asociados al trabajo; sin intentar menoscabar la profunda diferencia que existe entre las empresas sociales y de capital, lo cierto es que en las primeras, los derechos de gobernanza sólo se adquieren a través de la participación en el capital de la empresa; el trabajo es condición necesaria, pero no suficiente.

La crisis en la que nos encontramos inmersos desde el 2008 (Karanikolos et al., 2013) ha puesto de manifiesto que el capital no es el único que ha soportado el riesgo; como lo demuestran la multitud de trabajadores despedidos, el incremento de las deudas a proveedores, las garantías insatisfechas a consumidores, las deudas sin cobrar con la Administración Pública, y el ingente caudal de dinero que hemos tenido que poner todos los ciudadanos para el rescate de empresas que supuestamente eran privadas y respondían a la lógica del mercado.

Por otra parte, en un entorno con claro excedente financiero, no parece que el capital económico sea el único recurso, ni siquiera el recurso clave, para la generación de valor. Desde el propio ámbito empresarial se reconoce la existencia de, al menos, seis tipos de capital: financiero, intelectual, humano, social-relacional, productivo, y natural; relevantes, todos ellos, en la generación de valor.

La consecuencia fundamental de la actual teoría de firma es que la función social de la actividad empresarial queda relegada a un segundo término. Sin duda se acepta que la empresa debe generar algún valor social, al menos para los clientes, ya que es la única forma de que estas puedan generar valor económico y, por tanto, ser sostenibles, financieramente, en el tiempo. Sin embargo, este tipo de eficiencia empresarial puede llevar, y de hecho lleva, a fomentar ciertas conductas difícilmente compatibles con el bienestar social: consumo de alcohol, tabaco, industria armamentista... Así mismo, la empresa limita su función social a aquellas necesidades que lleven aparejado un poder adquisitivo, pasando del concepto de necesidad al de demanda; sin que ninguna empresa particular tenga responsabilidad sobre las necesidades sociales, aunque sea en su ámbito de actuación, como por ejemplo la exclusión financiera en el ámbito de las entidades bancarias.

Como contraposición a este estado de cosas, en los últimos años, en el discurso ético, político y empresarial se ha hecho presente el concepto de bien común; considerando que las empresas deberían contribuir a dicho propósito, a través de su actividad. Si bien es verdad que existe un amplio consenso en relación a que las empresas deben contribuir al "bien común", este, puede ser entendido de muchas formas, algunas muy divergentes entre sí. De hecho, todos los grandes sistemas de pensamiento económico: economía planificada, economía social, economía clásica y neoclásica, neoliberalismo..., han intentado orientar el funcionamiento económico al "bien común". Así mismo, la mayoría de las grandes tiranías que hemos parecido en el siglo XX: nazismo, fascismo, comunismo, fundamentalismo islámico etc., se han justificado en base al "bien común". Ni que decir tiene que los modelos de sociedad que propugnan unos y otros sistemas se encuentran en las antípodas.

Precisamente el neoliberalismo emerge como una propuesta para que el funcionamiento "natural" del mercado sustituya la arbitrariedad de los dirigentes políticos en su búsqueda particular del "bien común"; y podríamos considerarlo como un extremo de funcionamiento social. En el otro extremo podríamos situar una sociedad que articulara la economía de forma instrumental al "bien social" perseguido; suponiendo que se pudiera llegar a un consenso sobre dicho bien. De forma intermedia, nos encontramos con modelos socio-económicos específicos como el estado de bienestar europeo, o el modelo chino; que intentan conjugar

la autoridad del estado para establecer las reglas de juego o la redistribución de riqueza, con el funcionamiento autónomo de las empresas en función de las “reglas” del mercado. Así mismo, nos encontramos con modelos conceptuales mixtos como el de la responsabilidad social empresarial, o la empresa ciudadana, que, aunque han puesto los fundamentos, no han sido capaces de desarrollar una teoría de firma alternativa; y se han desarrollado en un entorno esquizofrénico, representado por la paradoja de Goodpaster (1991), donde el único alivio consiste en vincular, aunque sea en forma mítica, el bien común y los beneficios.

Habida cuenta de lo difícil que puede resultar el concretar y acordar universalmente un concepto de bien común, y aún más, explicitar los mecanismos económicos que pueden conducir a la implementación práctica del planteamiento teórico realizado (Daly y Cobb, 1989; Maritain, 1966); así como el riesgo de la deriva absolutista. Consideramos que sería interesante encontrar un camino intermedio entre el mercado y la idealización del bien común, que nos permitiera llegar a su concreción práctica; y entendemos que una propuesta plausible es la redefinición de la empresa, verdadera célula del organismo económico, desde la teoría de los stakeholders.

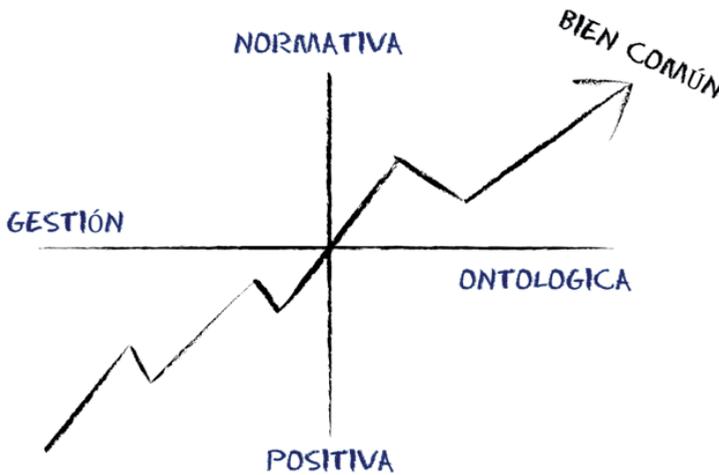
2. LA TEORÍA DE STAKEHOLDER COMO FUNDAMENTO DE UN NUEVA TEORÍA DE FIRMA

La teoría de stakeholder tiene la virtud de la heterogeneidad, ya que su terminología es utilizada desde perspectivas socio-económicas muy diferentes, e incluso enfrentadas. Las grandes empresas, tanto del Fortune 500 (Agle y Agle, 2007), como en nuestro caso, del Ibex 35 (Retolaza et al., 2015), la utilizan; pero también la práctica totalidad de los movimientos de economía alternativa, de la economía social, de los movimientos humanistas, del propio bien común, o incluso de la doctrina social de la iglesia. Desde esta perspectiva la teoría de stakeholder constituye un elemento compartido de análisis, que puede vertebrar un posible diálogo entre diferentes planteamientos. Pudiendo ser la palanca de Arquímedes que permita transformar el actual modelo socio-económico en un modelo que realmente gire en torno a la función social de la empresa como elemento clave en la conformación del bien común.

También es cierto, que la heterogeneidad de la teoría de stakeholder, conlleva una importante confusión a la hora de dialogar sobre ella, distintas perspectivas y autores, le dan una interpretación muy diversa; el mismo Edward Freeman, en función de sus trabajos, parece adoptar puntos de vista bastante distantes. Lo que indudablemente complica una visión unitaria de la teoría. Podría decirse que la heterogeneidad es tanto su virtud como su defecto. En el trabajo ya clásico de Donaldson y Preston (1995) se consideraban, al menos, tres perspectivas muy diferentes de la teoría de stakeholder: la instrumental, en la que se entiende básicamente como una teoría de gestión; la normativa, con connotaciones éticas sobre cómo debería ser la empresa; y la positiva, como una perspectiva de análisis e investigación. Nosotros creemos que sustituir las tres categorías por dos ejes de clasificación podría facilitar

la comprensión de las diferentes perspectivas; en este sentido, consideraríamos la existencia de dos ejes dicotómicos, uno ya clásico, positivo-normativo, respondiendo a las cuestiones de cómo son y como deberían ser las empresas. El otro eje, iría desde la consideración de la teoría de stakeholder como una teoría de gestión, a la consideración de la misma como teoría de firma; así en uno de los extremos de esta dimensión, que se correspondería con la categoría instrumental de Donalson y Preston (1995), aparece la teoría de stakeholder como una teoría que permite mejorar la gestión de la empresa, sin que aporte nada nuevo sobre lo que es la empresa, su concepción, o esencia. En el otro extremo, se situaría una teoría de stakeholder cuya aportación fundamental consiste en transformar la concepción de la empresa, desde una realidad transaccional a una relacional (Freeman y Moutchnik, 2013); a este extremo de la dimensión, centrado en el “ser” de la empresa, le hemos denominado perspectiva ontológica. La siguiente figura (**Figura 1**) recoge de forma sucinta la matriz formada por ambas dimensiones.

Figura 1. Teoría de stakeholder hacia el bien común.



Fuente: elaboración propia.

En la medida en la que consideremos la teoría de stakeholder como un modelo de acercamiento a la realidad, o de mejora en la gestión, posiblemente tenga poco que ver con el bien el común; pero si, por el contrario, la consideramos como una nueva forma de entender la empresa y las relaciones que en ella se generan, nos puede conducir a un modelo alternativo de empresa; un modelo que debiera tener también unas consecuencias éticas (normativas) diferentes a las del modelo actual. Y es posible que este nuevo modelo de empresa (teoría alternativa de firma) y sus consecuencias éticas, estuvieran más cerca del ideal del “bien común” referido a la función social de las empresas y organizaciones.

En la perspectiva clásica de la teoría de firma, el recorrido del “bien común”, e incluso el de la ética, es muy limitado. Teniendo en cuenta que las relaciones con el conjunto de participantes de la organización se establecen mediante nexos contractuales, el capital aparece como único factor autónomo en la creación de valor, y también como único elemento afectado por el riesgo. El bien común, queda fundamentalmente reducido a la garantía de los derechos contractuales, y en todo caso afectaría a aspectos relacionados con la justicia en la contratación, como las simetrías de información (transparencia) y poder (libertad de contratar); o el control de actuaciones presentes que puede conllevar un riesgo de incumplimiento contractual futuro, en lo que se conoce como riesgo moral (Retolaza et al., 2016c).

Sin embargo, los presupuestos de esta teoría de firma son muy endebles, de una parte, es muy cuestionable que el único factor generador de valor sea el capital; ya han pasado los tiempos en los que los medios de producción podían generar valor independientemente del resto de agentes participantes. Y de hecho hoy en día, la mayoría de las empresas intentan no tener la propiedad sobre los medios de producción, al menos, sobre los clásicos: instalaciones, maquinaria y producción energética. Actualmente, tal y como plantea la teoría de Recursos y Capacidades (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991), parece imponerse la consideración que otros agentes participan activa y diferencialmente en la creación de valor; en esta misma línea apuntan teorías como la open innovation (innovación abierta) o la gestión del conocimiento. Por otra parte, teniendo en cuenta la cantidad ingente de capital que se mueve en busca de una oportunidad, en la actual burbuja monetaria en la que nos encontramos; no parece descabellado, que el capital pueda ser considerado como un recurso más, en la generación de valor, y no como el único recurso.

Al otro lado de la ecuación, el riesgo, también parece que, el supuesto de que la pérdida residual sólo afecta al capital, es poco menos que ilusoria. La actual crisis económica, nos ha mostrado como las relaciones contractuales no suponen excesiva garantía, y en el mejor de los casos están sujetas a amplios riesgos. Trabajadores despedidos, clientes con viviendas pagadas y a media construcción, deudas inmensas con hacienda o la seguridad social, proveedores sin cobrar o con retrasos kafkianos en los plazos de cobro parecen sugerir que algunos otros stakeholder al margen de los accionistas asumen importantes riesgos, por lo menos similar a los del capital. El hecho de que entre el 10% y el 20% de las empresas europeas tengan fondos propios negativos (Urionabarrenetxea et al. 2016), parece poner de manifiesto que existe una proporción elevada de casos en los que, evidentemente, los riesgos asumidos por otros stakeholder son muy superiores a los asumidos por los accionistas, que a estas alturas toman decisiones cuyo posible impacto negativo sólo afecta a terceros (Retolaza et al., 2016c). Por si esto no fuera suficiente, se podría señalar el hecho de que cualquier contrato medianamente complejo es por naturaleza incompleto (Wieland, 2011); y por tanto no puede contar con una garantía completa de cumplimiento.

Desde la mencionada perspectiva ontológica, la teoría de stakeholder, cuestiona seriamente los dos principios fundamentales sobre los que se asienta la actual teoría de firma; de una parte, que el único factor de creación de valor en una organización sea el capital; de otra,

que los únicos que asumen riesgo residual sean los accionistas. Creencias, asumidas por el “saber convencional” e incorporadas en la legislación mercantil, que no sólo permite que los accionistas puedan captar la totalidad del valor excedente generado, sino que también permite, que sean los únicos con derecho de gobernanza; cuando las decisiones que se toman afectan a un conjunto mucho más amplio de stakeholders. Combinando la teoría de stakeholders con la de recursos y capacidades, podríamos considerar la empresa como

Una red de stakeholders que comparten recursos y capacidades para conseguir un valor incremental, para ellos mismos y para la sociedad, el cual se distribuyen entre el conjunto de participantes, tanto activos como pasivos (afectados).

Llegados a este punto cabe preguntarse ¿por qué si en una empresa, no sólo los accionistas, sino el conjunto de stakeholders, contribuyen en la generación de valor y en la asunción de riesgos, se considera que los únicos que tienen derechos legítimos a decidir sobre el destino del beneficio residual y la estrategia para su obtención, son los que aportan el capital. Parecería lógico que la empresa tuviera la finalidad de satisfacer los intereses del conjunto de participantes en la generación de valor o en la asunción de riesgos. La respuesta es simple, existe una teoría de derechos de propiedad que conlleva que, en la práctica totalidad de países, se considere a los accionistas como propietarios de la empresa, independientemente de la aportación real de valor que originen, o del porcentaje de riesgo que asuman.

La teoría de stakeholder (Freeman, 1984; Freeman et al., 2010; Donaldson y Preston, 1995), desde una perspectiva normativa, amplía la responsabilidad de las empresas al conjunto de grupos de interés que la componen, no limitándose sólo a los accionistas. En terminología de la teoría de agencia (Jensen y Meckling, 1979) significa que otros stakeholders, además de los accionistas, deberían asumir el rol de principal; consecuencia de lo cual, los directivos de la empresa tendrían responsabilidades finalistas con la totalidad de stakeholders implicados. Este empoderamiento de los stakeholders, pasando de sujetos instrumentales a principales, entra en conflicto con la teoría de firma clásica, y con las consecuencias normativas que se derivan de la misma, como es la maximización del valor para el accionista. Consecuentemente, nos encontramos con un modelo multistakeholder, con responsabilidades multifiduciarias por parte del agente (directivos). Esto conlleva la superación, de forma natural, de la paradoja de Goodpaster (1991); la cual señalaba que el agente no podía mejorar las condiciones de cualquiera de los participantes en la empresa, si esto perjudicaba al accionista (único principal), ya que su responsabilidad respecto al mismo era fiduciaria, y sólo actuaba por delegación del mismo. Como vemos, una nueva teoría de firma basada en la teoría de stakeholder, inmediatamente afecta al propósito general de la organización, ampliándose desde el interés de sus accionistas, al interés de todos sus stakeholders; e inmediatamente, pasa a exigir un nuevo modelo de gobernanza, donde estén representados no sólo los accionistas, sino el conjunto de stakeholders. Algo que, sin duda, se intuye en los primeros trabajos de Freeman, pero que luego ha pasado desapercibido en el desarrollo de la teoría de stakeholder (Moriarty, 2014).

3. ACERCÁNDONOS A LA COMPRENSIÓN DEL CONCEPTO DE BIEN COMÚN

En primer lugar, hay que señalar que toda teoría económica más o menos significativa, ha tenido por finalidad el bien común. Cabe recordar que, en un primer momento, la economía nace y se incorpora a la Universidad como Economía Política, y su fin no es otro que orientar las políticas económicas a la búsqueda de un bien común. Que el primer profesor universitario de la materia fuera Malthus, en la Universidad de la Compañía Inglesa de las Indias, ilustra claramente que no es lo mismo coincidir en la búsqueda del bien común, que estar de acuerdo en un bien común concreto.

El neoliberalismo es un buen ejemplo en la búsqueda del bien común; sus primeros pasos tienen lugar como reacción a las políticas totalitaristas que se están imponiendo en Europa, en los años treinta del pasado siglo. Tras la experiencia traumática de la segunda guerra mundial, la desconfianza en el potencial de los gobiernos para alcanzar el bien común, es aún mayor, e intentan buscar la solución en el mercado. Una interrelación caótica de relaciones transaccionales que, a su entender, puede conseguir una mejor satisfacción de los intereses del conjunto de sujetos participantes que cualquier economía planificada; y, además, escapa a los intereses egoístas de los planificadores. Al fin y al cabo, no cabe esperar de los políticos un planteamiento menos egoísta que del resto de ciudadanos (Bucharan, 1967). Los malos resultados, en cuanto a satisfacción de los ciudadanos, obtenidos por los diferentes experimentos de economía planificada (URSS, Países de la Europa del este, China, Cuba, Corea del Norte, etc.) parecían dar la razón al planteamiento neoliberal; y la caída del “muro de Berlín” fue su entronización. Tres décadas después, los resultados obtenidos: crisis del 2008, financiarización de la economía, incremento de la desigualdad (Piketty, 2014), parecen estar lejos del “bien común” prometido; por lo menos, si por “bien común”, se entiende como el bien de todos y cada uno de los miembros de la sociedad (Zamagdi, 2007; Argandoña, 2011).

En occidente, el concepto de “Bien Común” ha tenido diversa fortuna; ocupó un lugar destacado en la obra de Aristóteles; y más práctica, pero no menos importante, en el corpus jurídico del derecho romano. Posteriormente tiene un papel central en Tomás de Aquino; y en general, en toda la Escolástica. Pero a partir del individualismo, propio de la ilustración, el concepto pierde actualidad; y, prácticamente, desaparece en las corrientes relativistas y multiculturales del siglo pasado. En el mejor de los casos queda relegado al ámbito de la teología (Moltmann, 1968; 1976) o la doctrina social de la iglesia (Benedicto XVI). En la actualidad, aunque aún es pronto para tener una perspectiva suficiente, estamos asistiendo a un resurgimiento del concepto de bien común como ámbito de reflexión (Zamagni, 2007; Mele, 2009a; Argandoña, 1998; Felber, 2015) quizás como respuesta a la profunda crisis en la que nos encontramos y a la insatisfacción que el neoliberalismo está generando en amplios segmentos de la población.

De forma sintética, Combinando las aproximaciones de Harrison (2013) y Argandoña (1998; 2011); podríamos considerar la existencia de tres diferentes planteamientos del “Bien Común” (Argandoña, 1998; 2011; Harrison, 2013): 1) un modelo comunitario, que sin duda guarda relación con la economía marxista, y con las experiencias totalitarias de mediados del siglo pasado; 2) un modelo de orientación utilitarista, muy relacionados con el planteamiento neo-liberal de la economía; y 3) un modelo deontológico, vinculado principalmente con el valor “justicia”.

El modelo comunitario que ha tenido un amplio desarrollo en siglos anteriores, considera la comunidad como algo diferente al mero agregado de individuos. Se presenta como un espacio moral donde las cosas tienen valor en la medida que la cultura vigente les da sentido. Se trata, pues, del bien de la comunidad, no del bien de las personas individuales en cuanto miembros de la comunidad. Históricamente, el problema fundamental de este modelo ha radicado en la fácil deriva hacia planteamientos totalitaristas, y al consecuente sacrificio de las personas en aras de la comunidad. Por su parte, en la aproximación utilitarista, el bien común se identifica con el interés general entendido como la suma de los intereses privados, seleccionados por cada individuo a partir de su función de utilidad. Se trata, pues, de una ética con base hedonista, centrada en conseguir “el mayor bien para el mayor número de personas” (Sinnott- Armstrong, 2012). Este planteamiento se encuentra fuertemente vinculado al liberalismo en general (Nozick, 1988), y a la perspectiva neoliberal de la economía, en particular (Harrison, 2013). La idea-valor clave viene dada por el paradójico binomio libertad / leyes de mercado.

La constatación de que, en una lógica del mercado, el ejercicio de la libertad es difícil de actualizar sin la disposición de recursos económicos; y la constatación de las desigualdades inherentes al lugar de nacimiento de las personas; parece demandar el valor justicia como un elemento importante del sistema. En esta línea el “bien común” se puede orientar a la necesidad de que la totalidad de las personas dispongan de los recursos necesarios para desplegar la vida humana en todo su potencial. En este ámbito son de actualidad el Enfoque de las capacidades (Sen, 1999) o el modelo Deontológico (Nussbaum, 1992). Posiblemente podríamos considerar que el liberalismo bienestarista (welfare liberalism) se ubica en esta línea. Ya que, partiendo de los supuestos individualistas del liberalismo, se hace consciente, que las personas al tratar de llevar a la práctica su proyecto de vida en el ámbito del libre mercado, se encuentra ante posiciones de partida muy distintas; consecuentemente, es tarea del Estado (éticamente neutral, como en el liberalismo filosófico) garantizar esa igualdad; asegurando y distribuyendo equitativamente las libertades y los recursos que los individuos necesitan para llevar las vidas que libremente quieran elegir. En este modelo se introduce el valor “justicia” como un mecanismo compensador de los desequilibrios generados por las desigualdades iniciales y los fallos coyunturales o estructurales de las leyes de mercado (Rawls, 1971).

Sin querer devaluar el potencial de la línea de investigación y reflexión en torno al “bien común”, lo cierto, es que este concepto conlleva algunos problemas de difícil resolución, entre los que podríamos destacar los siguientes (Deneulin, 2006): en muchas ocasiones, la referencia al bien común sólo es un concepto instrumental, ya que el fin último es el bien individual.

En aquellos casos en los que no es instrumental, fácilmente se convierte en un instrumento de referentes totalitarismos. En el estado de bienestar, el “bien común” se utiliza como mero sinónimo de los bienes públicos. Cuando se intenta concretar y consensuar, queda reducido a una lista de derechos humanos o recursos necesarios para mejorar la “calidad de vida”. En cualquier caso, es un concepto irrealizable, ya que en una sociedad multicultural resulta imposible llegar a un acuerdo.

En consecuencia, quizás habría que plantearse si el “bien común” no es uno de esos términos sin sentido, del que es mejor no hablar; tal y como Wittgenstein (1958) nos prevenía.

4. VINCULANDO EL BIEN COMÚN CON LA TEORÍA DE STAKEHOLDERS

El problema fundamental de todos estos modelos, es que, o son incapaces de identificar un “bien común”, o el supuesto “bien común” propuesto no es comúnmente aceptado por la globalidad de los sujetos implicados. La impresión, basada en muchos siglos de historia, es que por mucho que se retuerza la semántica o se generen nuevos términos, el problema de fondo se mantiene irresoluble. Sin descartar que sea necesario el diálogo entre las distintas ideologías para intentar llegar a consensos relativos al bien común, que puedan tener una aceptación creciente; y que quizás el proceso de globalización de la comunicación pueda favorecer estos procesos de convergencia. Sin descartar explorar otras vías, como la Social Integrative Theory, propuesta por Donaldson y Dunfee (1994), o los acuerdos dimanados de organismos representativos internacionales, como los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible). Nuestra propuesta pasa por explorar un espacio alternativo en la concepción del “bien común”. Dicho espacio, en lugar de referirse a la sociedad o a la economía, se circunscribe a la empresa; como elemento básico constitutivo de la organización socio-económica, en la práctica totalidad del mundo.

Profundizando en la perspectiva ontológica de la teoría de stakeholder, podríamos considerar la naturaleza de la empresa como un nexo contractual, implícito o explícito, de recursos e intereses de diversos stakeholders, con el objetivo de crear valor añadido, económico o no económico, a través de procesos de gobernanza y gestión.

Si tenemos en cuenta que, desde la perspectiva ontológica de la teoría de stakeholders, “la naturaleza de la empresa puede ser definida como un nexo contractual de intereses y recursos de los stakeholders, la función de los cuales es la gobernanza de los recursos propios con el objetivo de crear valor añadido económico y distribuirlo como rentas cooperativas” Wieland (2011: 227); la conclusión sería que las empresas, y por ende, todo tipo de organizaciones tendría como objetivo satisfacer los intereses, no sólo de los accionistas, sino, del conjunto de stakeholders. Nótese que, en este cambio respecto a la teoría de firma tradicional, el interés económico de los accionistas, se ha ampliado a los intereses del conjunto de stakeholders; trabajadores, clientes, proveedores, administración pública, vecinos, financia-

dores, directivos, la sociedad en general; y por supuesto, también los accionistas. Así mismo, el concepto de interés económico, se amplía a otro tipo de intereses: conciliación familiar, desarrollo profesional, experiencia emocional... que aunque evidentemente tienen un componente económico, no se pueden reducir a lo estrictamente económico.

Si bien es cierto que esto no puede ser todavía considerado como el “bien común”, sin duda, esta perspectiva avanza significativamente en la comunitarización (socialización) del propósito de las organizaciones. Así, encontramos un acercamiento entre esta nueva concepción de la empresa y el planteamiento del “bien común”; ya que, si este se pudiera desarrollar, de alguna forma, desde una perspectiva macro, la concepción expuesta, facilitaría alinear, con el mismo, la gobernanza de las empresas y organizaciones. No obstante, es posible plantear, al menos de forma teórica, que los intereses de los stakeholders puedan responder a intereses egoístas particulares, carentes de legitimidad e incluso perjudiciales para otros integrantes de la sociedad; lo cual vendría a cuestionar que esta nueva teoría de firma nos acercara a un escenario mejor para la sociedad, en su conjunto (Melé, 2009b). Sólo se habría sustituido el interés egoísta de los accionistas, por el interés, también egoísta, de un conjunto variopinto de stakeholders.

Con el fin de poder responder a la crítica expuesta, se hace necesario conectar esta nueva teoría de empresa con el bien común, para lo cual proponemos desarrollar una serie de aspectos complementarios, a los que denominaremos corolarios, en línea de poder avanzar en la posible legitimación de los intereses de los stakeholders.

Corolario 1. Puesto que los stakeholders son miembros de la sociedad, no aislados de los intereses de la misma; en la medida en la que se amplíe su variedad y participación en una organización, tenderá a darse una mayor porosidad entre los intereses generales de la sociedad y los de los stakeholders de la organización.

Corolario 2. Las personas somos complejas y tenemos intereses mucho más amplios y diversos que el simple interés económico (Argandoña, 2011). El superar el conflicto por la apropiación de las rentas, exige gestionar un conjunto de intereses variados, dispersos, e incluso heterogéneos, dentro de cada grupo de stakeholders (Retolaza et al., 2015).

Corolario 3. Se debe considerar una perspectiva amplia en la conceptualización de los stakeholders, incluyendo no sólo a los que aportan recursos – los que “afectan” en terminología de Freeman (1984)-, sino también a los que son afectados por la organización (Freeman et al., 2008).

Corolario 4. Se debe incorporar la responsabilidad por omisión, sobre los “no stakeholder”; que si bien no son responsabilidad de ninguna empresa en particular, si deben serlo del conjunto de empresas de un determinado sector. Por ejemplo, de la exclusión financiera, energética, o en relación a los medicamentos.

Corolario 5. Habida cuenta que, los desfavorecidos difícilmente tienen capacidad para defender sus propios intereses, se debe potenciar la generación e incorporación a la gobernanza de los shapeholders (Retolaza et al, 2016a), entendidos como aquellas

entidades que defienden los derechos legítimos de terceros, que por la razón que sea (capacidad, tiempo, sinergias de volumen) se ven dificultados para hacerlo de forma directa. Siguiendo el principio de subsidiaridad (Melé, 2012), cuando no surjan de forma natural estos shapeholders, o no tengan capacidad suficiente de actuación, los gobiernos, de forma individual, colectiva, o a través de organismos conjuntos, debería asumir las funciones de los shapeholders.

Corolario 6. Debemos considerar y transmitir una antropología humanista, donde los intereses sociales sean incorporados de forma natural (micro normas) por los miembros de las diferentes empresas; y, por tanto, incorporados al acervo de intereses que intentará satisfacer la empresa u organización. En esta línea resulta necesario desarrollar una cultura social sobre los derechos humanos y la dignidad como aspectos fundamentales en cualquier tipo de relación transaccional.

Paralelamente, el cambio de paradigma, no sólo exige una nueva teoría de firma, sino una nueva antropología capaz de superar la perspectiva egocéntrica en la que nos ha situado el utilitarismo. Esta perspectiva, de clara concepción atomista, considera que los deseos e intereses individuales son la única razón para la interacción con los demás (Harrison y Strassmann 1989; Harrison 2002; 2013). En el idealizado esbozo neoclásico, la persona sólo persigue su propio interés, negando o ignorando la existencia de relaciones realmente significativas con otras personas. Este planteamiento conlleva la centralidad del conflicto como *leit motiv* de cualquier organización, y genera la creación de una falsa antítesis entre el autointerés y el altruismo. Si creemos que el ser humano está obligado a ser egoísta por naturaleza, y nos comportamos consecuentemente con tal creencia, -coherente con la teoría de disonancia cognitiva (Festinger, 1957)-, se cumplirá la predicción, y actuaremos como seres egoístas, adentrando en un ciclo vicioso. Puede apreciarse el carácter tautológico de este proceso.

Las personas, a la vez que individuales somos seres dialógicos que nos construimos a nosotros mismos en la interacción con los demás (Buber, 1947; Levinas, 1979). Ya Aristóteles (1159, b25) veía la amistad como una fuerza particularmente importante en la articulación de la polis; y son múltiples los estudios, que desde las ciencias, inciden en el carácter cooperativo básico del ser humano (Rand et al., 2012); y en la falta de correlación entre el egoísmo y la felicidad, o incluso el éxito (Seligman et al., 2005).

Por eso, para que pueda haber una confluencia real entre la teoría ontológica de stakeholder (OSTY) y los planteamiento del "bien común", necesitamos caminar hacia una cultura que sustituya el planteamiento antropológico individualista, propio de la economía neoliberal; por otro dialógico, que reconozca que el valor fundamental para las personas se construye en la relación con el otro, y no en el mero disfrute de bienes materiales. En palabras de Fromm (1976) deberíamos pasar de una lógica del tener –bienes materiales- a una lógica del ser –relación con otras personas y con el entorno-; o lo que sería muy similar, de una lógica transaccional a una relacional (Freeman y Auster, 2015).

5. LA CONTABILIDAD SOCIAL COMO RESPUESTA A LOS POTENCIALES PROBLEMAS DE EFICIENCIA Y GOBERNANZA

A la economía neoclásica le gusta hablar del óptimo de eficiencia de Pareto como sinónimo o justificación de buen funcionamiento, podría decirse, incluso, que dicha eficiencia se acercaría al concepto de bien común. Nada más lejos de la realidad. En cualquier entorno que nos encontremos con personas privilegiadas, bien por razones de nacimiento, capacidad o suerte; será imposible desarrollar ningún tipo de mejora social, si para ello es necesario que nadie empeore su situación. Incluso llevándolo al extremo, cualquier cambio que reduzca la desigualdad, significará para alguien una merma relativa, y por tanto no será “óptimamente” eficiente. En este sentido, la teoría ontológica de stakeholder como teoría de firma no sería Pareto eficiente; por cuanto que los accionistas perderían derechos de gobernanza que empeorarían su actual situación, independientemente de la mejora que pudieran obtener otros grupos de interés.

Sin embargo, si introducimos la corrección de Kaldor-Hicks (1939), sí se podría hablar de un óptimo de eficiencia. Bajo la eficacia de Pareto, un resultado es más eficiente si por lo menos hace que una persona mejore y nadie salga perjudicado; bajo la eficacia de Kaldor-Hicks, un resultado puede ser más eficiente, aunque algunos sujetos salgan perjudicados. Un resultado será más eficiente si los sujetos que mejoran podrían en teoría compensar a los que empeoran; de forma, que para el conjunto de personas intervinientes el valor creado sea superior. Mientras que todas las situaciones Pareto eficiente son también eficientes de Kaldor-Hicks (K-H), la inversa no es verdad. Para ser útil, la nueva teoría de firma, debería posibilitar una mejora del óptimo de K-H, en relación con la teoría neoclásica. El problema consiste en cómo podemos medir el valor obtenido, para constatar comparativamente si el nuevo planteamiento optimiza o no el óptimo de eficiencia.

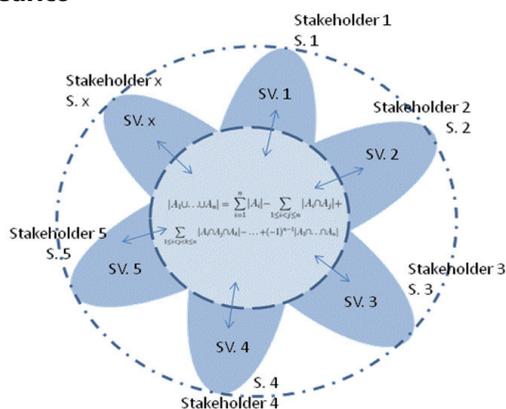
El otro problema asociado a la nueva teoría de firma (TOS), es el que Jensen (2002) define como problema de ingobernanza, consistente en la imposibilidad o dificultad para que el principal, sea este quien sea, controle las actuaciones de los directivos de una empresa con objetivos múltiples. La teoría de agencia plantea la brecha que puede existir entre los objetivos de los accionistas (principales) y los de los gestores (agentes), poniendo de relieve la dificultad de alinear los objetivos de ambos grupos. Si esto ya es difícil en empresas con objetivos monistas, es decir, orientadas exclusivamente a la generación de valor para el accionista; en empresas que debieran conjugar múltiples intereses de diversos stakeholders, algunos de ellos económicos, otros no económicos, y muchos emocionales, la gobernanza y el control de gestión se tornarían imposibles. El resultado sería que el agente podía actuar con total discrecionalidad, respondiendo a sus propios intereses; justificándose y aliándose con los intereses de los stakeholders que mejor encajaran con los suyos propios. El resultado sería una situación de ingobernanza por parte de los principales, independientemente de que estos fueran solamente los shareholders o el conjunto de stakeholders.

En relación con este problema, sin duda importante, en primer lugar habría que cuestionar la fundamentación de la propia teoría de agencia, por cuanto que representa un acercamiento a la relación principal-agente desde la perspectiva antropológica del *homo economicus*, guiado por una racionalidad económica egoísta. Frente a esta lógica podríamos oponer la teoría del servidor (*stewardship theory*) (Davis et al., 1997), donde la motivación fundamental del agente es responder a la confianza fiduciaria en él depositada. Desde la perspectiva histórica podríamos recordar que entidades multi-stakeholders como las Cajas de Ahorros han funcionado correctamente a lo largo de dos siglos; y sólo se han colapsado, en parte, coincidiendo con el neoliberalismo y la absolutización del interés personal como norma de conducta.

Pero no sería suficiente quedarnos en esta respuesta teórica. Ambos problemas, el de la eficiencia y el de la ingobernanza, nos obligan a preguntarnos acerca del sistema de indicadores que podría permitir el seguimiento y control de gestión en las organizaciones, desde la teoría ontológica de stakeholder. En el planteamiento clásico tenemos un objetivo más o menos definido, la generación de valor económico para los accionistas, y un sistema de indicadores que es la contabilidad económico financiera. En este modelo tenemos una pluralidad de stakeholders, cada uno con una multiplicidad potencial de intereses, y ningún sistema de control de gestión.

La respuesta a este problema la podemos encontrar en la contabilidad social (San-Jose y Retolaza, 2016; Retolaza et al., 2016b), un proceso metodológico incipiente, que puede posibilitar la cuantificación de los resultados obtenidos para cada uno de los diferentes stakeholders. Sin extenderos en la descripción del proceso, que no es objeto de este trabajo, si nos gustaría presentar la siguiente figura (**Figura 2**), en la que se representa el denominado modelo poliédrico, que permite monetizar el valor económico y no económico generado para los diferentes stakeholders a partir de la nueva concepción de empresa que hemos descrito a lo largo del trabajo.

Figura 2. Modelo Poliédrico



Fuente: Retolaza, San-Jose y Ruiz-Roqueñi, 2016b: 40.

El modelo hace referencia a la distribución de valor para los diferentes stakeholders; con dos peculiaridades. De una parte, tener en consideración, no sólo el valor residual generado a la finalización del ejercicio, sino el valor, tanto agregado como movilizado a lo largo del proceso productivo. De otra parte, tener en cuenta, no sólo el valor generado a través de la actividad de mercado, normalmente de carácter económico-financiero, sino la totalidad de valor generado a través de mecanismos de no mercado, incluido el valor emocional. El modelo nos permite identificar seis ecosistemas concéntricos de valor, no necesariamente ordenados de esta forma: 1) el económico-financiero, 2) la aportación socio-económica generada a la administración, 3) el valor social específico (no mercado) generado para el conjunto de stakeholders (sociedad); 4) el valor consolidado, sumatorio, excluidas duplicidades del valor de mercado y no mercado; 5) el valor emocional, incorporado como un factor corrector al alza o a la baja del valor consolidado generado para cada stakeholder; y 6) el valor compartido por diferentes stakeholder, tanto en su totalidad como en las múltiples combinaciones posibles.

6. CONCLUSIONES

La principal conclusión que se deriva del trabajo es que una nueva teoría de firma, no sólo es necesaria, sino que es posible. La teoría de stakeholders en su perspectiva ontológica pone los fundamentos a esta nueva interpretación de la naturaleza de la empresa, que incluiría en su posible definición cuatro elementos clave: 1) Principio de composición: estaría compuesta por una red o conjunto de stakeholders que se agrupan voluntariamente; 2) Principio de cooperación: todos ellos acuerdan tácita o explícitamente aportar recursos, capacidades e intereses al proyecto; 3) Principio de generación de valor: la integración de dichos recursos, mediante procesos coordinados de gobernanza y gestión, generan un valor agregado, superior a la utilización de los mismos de forma individualizada; y por último, 4) Principio de retribución: el valor generado se distribuye de forma equilibrada entre todos los que aportan y están afectados, incluyendo los “no stakeholder”.

Aunque, sin duda, esta nueva teoría de firma tendría un mayor encaje con el planteamiento del “bien común”, ya que conlleva un proceso de socialización, tanto en la gobernanza, como en la distribución de valor; no se identifica necesariamente con una teoría del “bien común”. Sin embargo, es posible incorporar seis corolarios que permiten mejorar la conexión entre la teoría ontológica de stakeholder y el paradigma del “bien común”, a saber: 1) ampliación y diversificación de los stakeholders implicados; 2) ampliación del concepto de valor, no reduciéndose sólo al económico-financiero; 3) ampliación de la consideración de stakeholders a todos los afectados, independientemente de su aportación de recursos o de su capacidad para incidir en el resultado de la organización; 4) ampliar la distribución de valor a los “no stakeholder” o excluidos; 5) potenciar la participación de shapeholders, y subsidiariamente de la administración pública; y por último, pero quizás lo primero que debería hacerse, 6) sustituir la antropología del “homo economicus” por la del ser humano. En teoría parecería que, en este proceso de ampliación, la teoría ontológica de stakeholder puede adquirir la

capacidad de articular en la práctica un modelo de “bien común”, constituido de forma inductiva a partir de los propios stakeholders.

Por último, pero no menos importante, cabe considerar que esta nueva teoría de firma debe dotarse de instrumentos metodológicos que permitan, tanto la gobernanza como el control de gestión. La contabilidad social, articulada a través del Modelo Poliédrico, podría desempeñar este papel. En este sentido la contabilidad social parece necesaria para hacer operativa la teoría ontológica de stakeholder (TOS); aunque la relación no es biunívoca, ya que la contabilidad social podría funcionar razonablemente bien con la teoría de firma tradicional, siempre que se acepte que la empresa tiene alguna responsabilidad con terceros, además de con sus accionistas.

A futuros, cabe especular, con la creación de un indicador “macro”, similar al producto interior bruto, pero reflejando el valor integral que las empresas y organizaciones generan para el conjunto de la sociedad; lo que podría posibilitar el desarrollo de políticas públicas específicas para su desarrollo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agle, B. R. & Agle, A. (2007). The stated objectives of the Fortune 500: Examining the philosophical approaches that drive America's largest firms, Working Paper, University of Pittsburgh. Cited in Agle, B.R.; Donaldson, T.; Freeman, R. E.; Jensen, M.C.; Mitchell, R. K. & Wood, D. (2008). "Dialogue: Toward Superior Stakeholder Theory", *Business Ethics Quarterly*, 18(12): 153-190.
- Argandoña, A. (1998). The stakeholder theory and the common good. *Journal of Business Ethics*, 17 (9-10), 1.093-1.102.
- Argandoña, A. (2011). *El Bien Común*, Working Paper DI-837, Documento de Investigación DI-937. Bussines Scholl Universidad de Navarra, IESE.
- Barnett, R. E. (1986). A consent theory of contract. *Columbia Law Review*, 86(2), 269-321.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Benedicto XVI. Encíclica Caritas in Veritate, Ciudad del Vaticano, Librería Editrice Vaticana.
- Buber, M. (1947). *Between man and man*. First edition, Routledge, London.
- Buchanan, J. M. (1967). *Public finance in democratic process: Fiscal institutions and individual choice*. University of North Carolina Press Books: USA.
- Coase, R. H. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4(16), 386-405.
- Coase, R. H. (1988). The nature of the firm: influence. *Journal of Law, Economics, & Organization*, 4, 33-47.
- Daly, H. E. and Cobb, J. (1989). *For the Common Good: Redirecting the Economy Towards Community, the Environment, and a Sustainable Future*, Beacon editorial, Boston.
- Davis, J. H., Schoorman, F. D., & Donaldson, L. (1997). Toward a stewardship theory of management. *Academy of Management Review*, 22(1), 20-47.
- Demsetz, H. (1967). Toward a theory of property rights. *The American Economic Review*, LVII, 347-359.
- Deneulin, S. (2006). Amartya Sen's capability approach to development and Gaudium St spes. *Journal of Catholic Social Thought* 3, 2.
- Donaldson, T. & Preston, L.E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review* 20(1), 65-91.
- Donaldson, T., & Dunfee, T. W. (1994). Toward a unified conception of business ethics: Integrative social contracts theory. *Academy of Management Review*, 19(2), 252-284.

- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: An assessment and review. *Academy of Management Review*, 14(1), 57-74.
- Felber, C. (2015). *Change Everything*. University of Chicago Press Economics Books.
- Festinger, L. (1957). *Cognitive dissonance theory*. 1989) *Primary Prevention of HIV/AIDS: Psychological Approaches*. Newbury Park, California, Sage Publications.
- Freeman, R. E. & Auster, E. R. (2015). *Bridging the Values Gap: How Authentic Organizations Bring Values to Life*. Berrett Koehler published, Oakland.
- Freeman, R. E. & Moutchnik, A. (2013). *Stakeholder management and CSR: questions and answers*. *UmweltWirtschaftsForum*, Springer Verlag, 21(1).
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Freeman, R. E.; Harrison, J.S. & Wicks, A. (2008). *Managing for Stakeholders: Survival, Reputation, and Success*, Yale University Press, New Haven, [Conn.].
- Fromm, E. (1976). *To have or to be?*. A&C Black, London.
- Goodpaster, K. (1991). Business ethic and stakeholder analysis. *Business Ethics Quarterly*, 1 (1), 53-73.
- Harrison, K. & Strassmann, D. (1989). *Gender, Rhetoric and Economic Theory*, in Southern Economics Association Annual Meeting, Orlando, Florida.
- Harrison, K. (2002). *Categories as containers: classification and the type-hierarchy explanation of models in Agent Modeling and Cross-Disciplinary Discourse Conference*, New Mexico State University, Las Cruces, USA.
- Harrison, K. (2013). *Ontological Commitments of Ethics and Economics*. *Economic Thought* 2(1), 1-19.
- Jensen, M. (2002). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Business Ethics Quarterly*, 12 (3), 235-256.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1979). *Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure* (pp. 163-231). Springer, Netherlands.
- Kaldor-Hicks, N. (1939). *Welfare Propositions in Economics and Interpersonal Comparisons of Utility*. *Economic Journal* 49(195), 549-552.
- Karanikolos, M., Mladovsky, P., Cylus, J., Thomson, S., Basu, S., Stuckler, D., & McKee, M. (2013). *Financial crisis, austerity, and health in Europe*. *The Lancet*, 381(9874), 1323-1331.

- Levinas, E. (1979). *Totality and infinity: An essay on exteriority*, Kluwer Academic Publisher, Dordrecht (Netherland).
- Maritain, J. (1966). *The Person and the Common Good*. Ed. Notre Dame University Press, Notre Dame.
- Melé, D. (2009a). Integrating personalism into virtue-based business ethics: The personalist and the common good principles. *Journal of Business Ethics*, 88(1), 227-244.
- Melé, D. (2009b). The view and purpose of the firm in Freeman's stakeholder theory. *Philosophy of Management*, 8(3), 3-13.
- Melé, D. (2012). The firm as a "community of persons": A pillar of humanistic business ethos. *Journal of Business Ethics*, 106(1), 89-101.
- Moltmann, J. (1976). *El experimento esperanza*, Ed. Sígueme, Salamanca.
- Moltmann, J. (1968). *Teología de la esperanza*. Ed. Sígueme, Salamanca.
- Moriarty, J. (2014). The connection between stakeholder theory and stakeholder democracy an excavation and defense. *Business & Society*, 53(6), 820-852.
- Nozick, R. (1988). *Anarchy, State and Utopia*. Ed. Basic Books, Nueva York.
- Nussbaum, M. (1992). Human functioning and social justice: In defense of Aristotelian essentialism. *Political Theory*, 20, 202-246.
- Piketty, T. (2014). *Capital in the twenty-first century*. Belknap Press, Cambridge, USA.
- Rawls, J. (1971). *A theory of Justice*. Edición española 6ª edición en 2006 Ed. Fondo de Cultura Económica, Madrid.
- Retolaza, J. L., Ruiz-Roqueñi, M., & San-Jose, L. (2015). An Innovative Approach to Stakeholder Theory: application in Spanish transnational corporations. *Review of Business Management*, 17(55), 1007-1020.
- Retolaza, J.L., San-Jose, L. & Aguado, R. (2016a). The role of shapeholders as a link between a firm and non-stakeholders: the pursuit of an economy for the common good based on stakeholder theory in Seifi, S. & Crowther, D. (Eds.). *Corporate Responsibility & Stakeholding*. Emerald publishing.
- Retolaza, J.L.; San-Jose, L., & Ruiz-Roqueñi, M. (2016b). *Social Accounting for Sustainability. Monetizing the Social Value*. Heidelberg: Sringer publishing.
- Retolaza, J.L.; San-Jose, L., Urionabarrenetxea, S. & Garcia-Merino, J.D. (2016c). Linking the moral hazard and leverage in companies, *Ramon LLull Journal of Applied Ethics*, 7, 143-166.
- San-Jose, L., & Retolaza, J.L. (2016). *Contabilidad Social orientada a los stakeholders. Perspectiva de la Administración Pública*. Ed. Pirámide, Madrid.

- Seligman, M. E. P.; Steen, T. A., Park, N. and Peterson, C. (2005). Positive psychology progress: Empirical validation of interventions. *American Psychologist* 60 (5), 410-421.
- Sen, A. (1999). *Development as Freedom*, Oxford University Press, Oxford.
- Sinnott-Armstrong, W. (2012). Consequentialism. In E. N. Zalta (Ed.), *Encyclopedia of Philosophy*, ed. The Stanford, Oxford. Available at: <http://plato.stanford.edu/archives/win2012/entries/consequentialism/> [Accessed May 31, 2015].
- Urionabarrenetxea, S., San-Jose, L. & Retolaza, J.L. (2016). Negative equity companies in europe: theory and evidence, *Business: Theory & Practice*, 17(4) 2016, 307–316.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-80.
- Wieland, J. (2011). The Firm as a Nexus of Stakeholders: Stakeholder Management and Theory of the Firm. In A. Brink. (Ed.) *Corporate Governance and Business Ethics*, Springer, Netherlands (pp. 225-244).
- Williamson, O. E. (1979). Transaction-cost economics: the governance of contractual relations. *Journal of Law and Economics*, 22(2), 233-261.
- Wittgenstein, L. (1958). *Philosophical investigations*, B. Blackwell, Oxford.
- Zamagni, S. (2007). El bien común en la sociedad posmoderna: propuestas para la acción político-económica. *Revista Cultura Económica*, 25 (70), 23-43.

Trabajadoras asalariadas de Huajuapán de León, Oaxaca, México: Derechos Humanos y condiciones laborales

Ricardo García Jiménez

Estudió inicialmente la carrera de ingeniería civil en la Enep Acatlán en la UNAM concluyendo la misma en 1993. Asimismo, estudió las licenciaturas en sociología de la UAM-I (1989-1994) y pedagogía en la UPN (1989-1994). Realizó estudios de maestría en la Universidad Iberoamericana en sociología. Actualmente es profesor-investigador de tiempo completo de las materias de Filosofía y Teoría General de Sistemas en la Universidad Tecnológica de la Mixteca desde abril de 1996. Cuenta con perfil PROMEP.

Analaura Medina Conde

Posdoctorado CONACYT en Derecho de la Empresa en la Universidad de Zaragoza, España, Doctorado en Derecho en argumentación jurídica y Maestría en Derecho Fiscal por el Centro de Estudios Jurídico Políticos de la Universidad Autónoma de Tlaxcala, Miembro del Sistema Nacional de investigadores ©, Perfil Deseble como Profesor-Investigador de Tiempo Completo PRODEP, Directora de Investigación en el Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades y profesor Investigador de tiempo completo de la Universidad Tecnológica de la Mixteca.

Uziel Flores Ilhuicatzí

Doctorando en Contabilidad y Finanzas en la Universidad de Zaragoza, España, Maestro en Administración y Licenciado en Contaduría Pública por la Facultad de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma de Tlaxcala, Perfil deseble como Profesor-Investigador de Tiempo Completo PRODEP, Profesor investigador de tiempo completo en la Universidad Tecnológica de la Mixteca.

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo conocer la situación de las condiciones laborales de las mujeres trabajadoras, se realiza un estudio de hermenéutica jurídica, un análisis descriptivo y estadístico a mujeres trabajadoras asalariadas contrastada con la visión de los patrones, los resultados reflejan que los empleos ofertados son ofrecidos a mujeres no mayores de veintiocho años, jornadas laborales de más de diez horas, bajos salarios y no cuentan con regímenes de seguridad social incumpliendo con derechos humanos y laborales.

PALABRAS CLAVE

Condiciones laborales, Género, Seguridad Social, Trabajo.

CÓDIGO JEL/ JEL CODE

J83, J16, M14

WORKERS SALARIED WOMEN OF HUAJUAPAN DE LEON, OAXACA, MEXICO: HUMAN RIGHTS AND WORKING CONDITIONS

ABSTRACT

The present study has as objective to know the situation of the working conditions of women workers, is conducting a study of legal interpretation, a descriptive and statistical analysis to women wage-earners contrasted with the vision of the patterns, the results reflect that the jobs are offered to women not older than 28 years, working days of more than ten hours, low wages and do not have social security schemes in breach with breach of human and labor rights.

KEYWORDS

Working conditions, Gender, Social Security, Labor.

1. INTRODUCCIÓN

La Organización Internacional del Trabajo afirma que cientos de millones de personas son víctimas de la discriminación en el mundo del trabajo. Esto viola derechos humanos fundamentales, y además tiene profundas consecuencias económicas y sociales (OIT, 2016).

OIT (2016) afirma en otro documento que, en los dos últimos decenios, los notables progresos realizados por las mujeres en cuanto a los logros educativos no se han traducido en una mejora, comparable de su posición en el trabajo. En muchas regiones del mundo, en comparación con los hombres, las mujeres tienen más probabilidades de encontrarse y permanecer en situación de desempleo, tienen menos oportunidades de participar en la fuerza de trabajo y, cuando lo hacen, suelen verse obligadas a aceptar empleos de peor calidad. Los progresos realizados para superar estos obstáculos han sido lentos, y se limitan a algunas regiones del mundo.

Según cifras proporcionadas por el Banco Mundial (2016) la tasa de participación en la fuerza laboral de las mujeres (porcentaje de la población femenina entre 15-64 años estimación y modelado por la OIT), para el lustro de 2001 a 2004 el porcentaje de mujeres fue de 42%, para el lustro 2005 a 2009 fue del 46% y para el periodo 2010 al 2015 fue 48%. Cifras que representan un repunte sostenido en la tasa de participación del sector de mujeres en actividades laborales diversas.

En la Declaración de Principios y Derechos Fundamentales sobre el Trabajo promulgada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) firmada por México en el año de 1931 se incluyen aspectos fundamentales que deben asumir todos los gobiernos suscritos a esta declaración, en el que se encuentra el inciso *d*) la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación.

Estos ejes promulgados han buscado evitar abusos y violaciones en materia de derechos laborales a millones de trabajadores en el mundo, pero en particular en aquellas naciones donde los derechos se ven vulnerados y que hacen de los derechos laborales letra muerta.

En el artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el título sexto referente al Trabajo y de la Previsión Social y en la Ley Federal del Trabajo, se establecen normas precisas que proporcionan las garantías necesarias para defender los derechos de las trabajadoras y trabajadores de la nación, sin embargo, una parte importante de la realidad es totalmente opuesta a estos principios y derechos fundamentales del trabajo.

Los datos reportados por los organismos muestran que la incorporación de grandes contingentes del grupo de mujeres al sector productivo o al mercado de trabajo, no traen consigo los beneficios, derechos y garantías que las leyes del trabajo salvaguardan.

INMUJERES (2003) afirma que es un hecho que en todos los grupos y estratos sociales, enfrentan en el mundo laboral situaciones como: dobles jornadas laborales, discriminación salarial, segregación ocupacional y hostigamiento sexual en los centros de trabajo, los cuales

tienen su origen en la construcción social del género, es decir, que aquellos atributos que conforman los estereotipos, valores, funciones y roles (productivo para los hombres y re-productivo para las mujeres) asignados a las mujeres que por sus características biológicas permiten estas asimetrías.

En algunas entidades del país como es el Estado de Oaxaca, y en particular en la Ciudad de Huajuapán de León, enclavada en la región de la mixteca, la forma en la que las mujeres se incorporan al mercado de trabajo y la manera en que son violentados sus derechos laborales, está vinculado a la construcción de las relaciones sociales entre hombres y mujeres, mismas que definen los estereotipos de género dentro de los espacios laborales.

Estas formas de relaciones responden a un conjunto de ideas y representaciones culturales-sociales sobre las que se edifican ciertos patrones, roles y funciones que se le han asignado a las mujeres mixtecas de acuerdo con su género. Estas conductas que asumen tanto los empleadores (masculinos y no masculinos) y las empleadas se construyen y están permeadas sobre visiones del mundo machista y androcéntrico.

Instituto Nacional de las Mujeres (2003) afirma también que es a partir de estas representaciones culturales que se concretizan en conductas o actitudes que se definen como prácticas sociales que ejercen hombres y mujeres, prácticas que atribuyen supuestas habilidades diferenciadas innatas a las mujeres y a los hombres como: funciones de reproducción que se asocian a lo femenino; inclusión del desarrollo de actividades no remuneradas y sin reconocimiento social.

La propuesta teórica del “Estructuralismo Genético Social” desarrollado por el sociólogo Pierre Bourdieu, (1997) refiere la importancia de la existencia del *habitus* como un patrón de homogenización de la conducta plural en el que los agentes interactúan en determinados espacios o campos del quehacer social bajo el modelo de práctica social equivalente a práctica cultural, conducta que es presidida por dos términos: *habitus* y *campo* que articulan la ecuación explicativa de práctica social entre hombres y mujeres, misma que describe, por una parte, que las estructuras objetivas que poseen tanto los hombres y las mujeres (estructuras independientes de la conciencia y de la voluntad de los agentes individuales, grupales, clases o sectores), y por otra, las estructuras subjetivas (esquemas de percepción, de pensamiento, de acción que constituyen socialmente la subjetividad) moldean las prácticas sociales entre masculinos y femeninas para relacionarse bajo ciertos esquemas de dominación y exclusión.

Butler (1993) con su Performativa del Sexo, la Sexualidad y el Género que se enmarca dentro del Construccionalismo Social¹; tendencia que señala la importancia de la edificación de la categoría como el género, que permiten la definición de conductas esperadas de lo femenino y masculino en un determinado contexto.

Estos roles de género que eran pensados antiguamente como asignaciones naturales por las diferencias biológicas entre hombres y mujeres, son des-construidas por Butler (1993) quien advierte que esos roles son elaboraciones sociales que determinan la no existencia de papeles sexuales o de géneros, esencial o biológicamente, adherido a la naturaleza humana.

Con las propuestas de Bourdieu y Butler es posible explicar el acumulado de normas sociales y comportamientos generales que son percibidos como apropiados tanto por hombres y mujeres en el seno de un grupo y ubicado en un determinado sistema social que posibilita, como ya se indicó, la reelaboración de lo que debe esperarse del comportamiento de lo masculino y lo femenino, por ejemplo, en el espacio y ambiente laboral.

Esta investigación hace una contrastación hermenéutica jurídica de todas aquellas conductas violatorias que se comenten frecuentemente en los espacios laborales (unidades de trabajo) y que atentan contra los derechos laborales y humanos de las mujeres asalariadas en el municipio mixteco de Huajuapán de León, que se relacionaran con lo dispuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) y la Ley Federal del Trabajo (LFT), para ello, se aplicaron 197 cuestionarios a trabajadoras mujeres asalariadas, de cualquier edad, que laboran en diferentes unidades económicas del sector público y privado para conocer las frecuencias y modos en que se realizan estos hechos y a 30 patrones para contrastar sus opiniones. A continuación, se presentará el contexto legal del trabajo en México.

2. CONTEXTO LEGAL DEL TRABAJO EN MÉXICO

En México, el derecho del trabajo está reglamentado con la idea de equilibrar los derechos del trabajo con los del capital. En el apartado "A" del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se busca regular las relaciones laborales entre trabajadores y patrones en general, estableciéndose como garantías mínimas de las y los trabajadores la jornada máxima de trabajo de ocho horas, salario mínimo, descansos, vacaciones, protección al salario, derechos de escalafón y ascenso, participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa.

El artículo 123 fue instituido en la Constitución de 1917, este artículo es la base del marco legal que rige las relaciones laborales en todo el país, pues de él deriva, la Ley Federal del Trabajo que es promulgada el 18 de agosto de 1931.

La Ley Federal del Trabajo establece:

"[...] las normas del trabajo tienden a conseguir el equilibrio entre los factores de la producción y la justicia social, así como propiciar el trabajo digno o decente en todas las relaciones laborales. Se entiende por trabajo digno o decente aquél en el que se respeta plenamente la dignidad humana del trabajador; no existe discriminación por origen étnico o nacional, género, edad, discapacidad, condición social, condiciones de salud, religión, condición migratoria, opiniones, preferencias sexuales o estado civil; se tiene acceso a la seguridad social y se percibe un salario remunerador [...] La igualdad sustantiva es la que se logra eliminando la discriminación contra las mujeres que menoscaba o anula el reconocimiento, goce o ejercicio de sus derechos humanos y las libertades fundamentales en el ámbito laboral. Supone el acceso a las mismas oportunidades, considerando las diferencias biológicas, sociales y culturales de mujeres y hombres" (Art. 2 LFT, DOF).

Así, la Ley Federal del Trabajo instituye las condiciones de trabajo basadas en el principio de igualdad sustantiva entre mujeres y hombres que en ningún caso podrán ser inferiores a las estipuladas y resumidas en el cuadro Número 1.

Cuadro 1. Condiciones mínimas de trabajo previstas por LFT

CONDICIÓN DE TRABAJO	CARACTERÍSTICAS	ARTÍCULOS
Jornada de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Diurna: 6:00 y 20:00 horas, duración máximo 8 horas. • Nocturna: 20:00 y 6:00 horas, duración máxima de 7 horas. • Mixta: Comprende el periodo de las 2 anteriores, sin que el periodo nocturno, no exceda de 3 horas y media. Duración máxima de siete horas y media. • Jornada continua amerita un descanso de por lo menos media hora. • Tiempo extraordinario menor a 9 horas a la semana se pagará con un 100% más del salario. • Tiempo extraordinario mayor a 9 horas a la semana se pagará con un 200% más del salario. 	Art. 58 – 68
Días de descanso	<ul style="list-style-type: none"> • Por seis días de trabajo, corresponde uno de descanso, con goce de sueldo. • Si se labora en día domingo, los trabajadores recibirán extra una prima del 25% de su salario. • Cuando se trabaje en día de descanso o día festivo oficial, indistintamente de su salario, se le pagará un salario doble por el servicio. 	Art. 69 – 75
Vacaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Al cumplir un año de trabajo, el trabajador tendrá el derecho de disfrutar de seis días consecutivos de vacaciones, que irán aumentando de la siguiente manera. <ul style="list-style-type: none"> » Dos días más por año trabajado hasta llegar a 12 días » Después de llegar a doce, se aumentarán dos días por cada 5 años de servicio. • Tienen un periodo de seis meses a partir del cumplimiento del año, para gozar de las vacaciones. • Anualmente los patrones, deberán entregar una constancia con la antigüedad, los días de vacaciones y el periodo que tiene para disfrutar de ellas. 	Art. 76 – 81
Salario	<ul style="list-style-type: none"> • Debe ser remunerador y nunca menor al fijado como mínimo conforme a la Ley federal del trabajo. \$73.04 pesos al día, en 2016. • Se puede fijar el salario por unidad de tiempo, o unidad de obra. • Principio de igualdad: A trabajo igual, desempeño en puesto, jornada y condiciones eficientes también iguales, debe corresponder salario igual. • Tendrán derecho a un aguinaldo de quince días de salario mínimo, pagadero antes del 20 de diciembre. • El plazo de pago debe ser máximo de una semana para el trabajo material y quince días para los demás. 	Art. 82 – 89

<p>Normas protectoras y privilegios del salario</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los trabajadores dispondrán libremente de sus salarios. • El salario se debe pagar directamente al trabajador. • Debe pagarse en moneda de curso legal. Con consentimiento del trabajador el patrón podrá pagarle el salario por medio de depósito bancario. • Las prestaciones en especie deberán ser apropiadas al uso personal del trabajador y su familia. • Es nula la cesión de los salarios en favor del patrón o terceros. • Quedan prohibidas las multas a los trabajadores. • El pago será en el lugar de trabajo. • Los salarios no podrán ser embargados. 	<p>Art. 98 - 116</p>
<p>PTU</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los trabajadores tienen derecho a participar de las utilidades de las empresas, de acuerdo al porcentaje que establezca la Comisión Nacional para la Participación de los Trabajadores en las Utilidades de las Empresas. • El reparto debe realizarse 60 días después del pago del impuesto anual. 	<p>Art. 117 - 131</p>

Fuente: Ley Federal del Trabajo (DOF 12-06-2015)

Adicional a los anteriores derechos que contempla la LFT, se posee también el derecho a la seguridad social que está encaminada a la protección y bienestar de los trabajadores, campesinos, no asalariados y otros sectores sociales, así como la protección a sus familiares, como lo establece la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo 123, apartado A, fracción XXIX.

Sin embargo, los trabajadores en ocasiones desconocen este derecho humano, por lo tanto, no lo exigen e incluso convienen con el patrón para no ser registrados ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) o ser registrados con un salario menor, sin considerar las consecuencias.

La operación del IMSS en su aspecto económico, es de carácter tripartita, es decir, que el patrimonio lo integran los recursos que se allega mediante las aportaciones de los trabajadores, de los patrones y del propio Estado.

El régimen obligatorio comprende los seguros de: riesgos de trabajo; enfermedades y maternidad; invalidez y vida; retiro, cesantía en edad avanzada y vejez; guarderías y prestaciones sociales (Artículo 11 Ley del Seguro Social. DOF 27-05-2011).

Si el trabajador o trabajadora se encuentran inscritos ante el IMSS, tendrá derecho en el supuesto de riesgo de trabajo a una pensión mensual definitiva equivalente al setenta por ciento del salario que estuviere cotizando al momento de ocurrir el riesgo; en el caso de enfermedad de trabajo la pensión se calculará con el promedio del salario base de cotización de las cincuenta y dos últimas semanas (Art. 58 LSS, DOF 27-05-2011), por ello, depende directamente del salario que tenga enterado, por lo que el no encontrarse asegurado genera dos problemas: el primero, para el trabajador, quien no contará con las

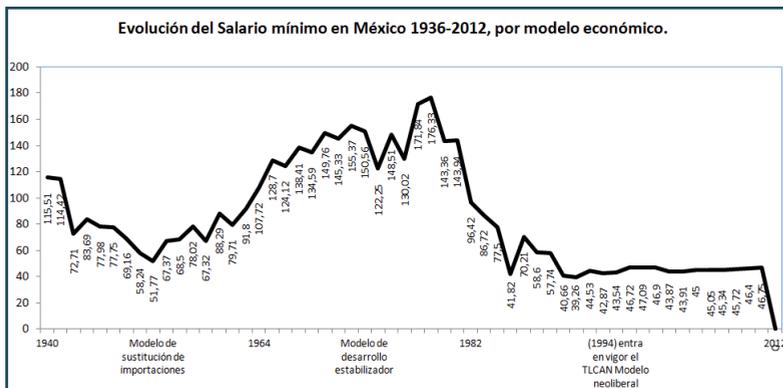
prestaciones en especie y en dinero del IMSS y dependerá del apoyo del patrón, de su buena voluntad o tendrá que demandarlo ante la Junta de Conciliación y Arbitraje en caso de la negativa de pago, lo que implica gastos y tiempo, y segundo; para el patrón por la posibilidad de ser demandado.

Tratándose de la pensión por vejez, el asegurado tendrá derecho siempre y cuando haya cumplido sesenta y cinco años de edad y tenga reconocidas un mínimo de mil doscientas cincuenta semanas de cotización ante el IMSS (Art. 162 LSS DOF 27-05-2011) y al igual que en la pensión por cesantía en edad avanzada, si el trabajador no cubre dichas cotizaciones, podrá retirar el saldo de su cuenta individual en una sola exhibición o seguir cotizando hasta cubrir las semanas necesarias para que opere su pensión, que quizá por la edad ya no le sea posible. La información que se cita se refiere a las semanas mínimas de cotización necesarias para poder obtener una incapacidad o pensión en cualquiera de los supuestos señalados, considerando la Ley del Seguro Social de 1997.

La mujer es vulnerable en este sentido si se considera que de acuerdo a la OIT (2015) a escala mundial, menos del 40 por ciento de las mujeres con empleo están cubiertas por la ley con arreglo a los regímenes de prestaciones monetarias de maternidad obligatorias. Debido a un cumplimiento y a una aplicación ineficaces de la ley en algunas regiones (en particular, Asia, América Latina y África), la cobertura efectiva es aún más baja: sólo el 28 por ciento de las mujeres que tienen un empleo en el mundo reciben prestaciones monetarias de maternidad que procuren una forma de seguridad.

Los regímenes de seguridad social dependen directamente del salario, sin embargo, dicho salario es precario en México como se observa en el gráfico 1, que muestra que los peores momentos registrados en el salario mínimo es en el período de 1940 a 1964 que tiene que ver con el modelo de sustitución de importaciones, y un segundo momento a partir de 1982 con la introducción del modelo neoliberal, que coinciden con las etapas donde México apostó por la inversión extranjera de forma decisiva, para lo cual fue necesario abaratar la mano de obra, el medio fue, muy bajos salarios para hacer competitiva la mano de obra mexicana a nivel mundial. Es importante señalar que en el período neoliberal se registra el peor momento después de 1994, con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

Gráfico 1.



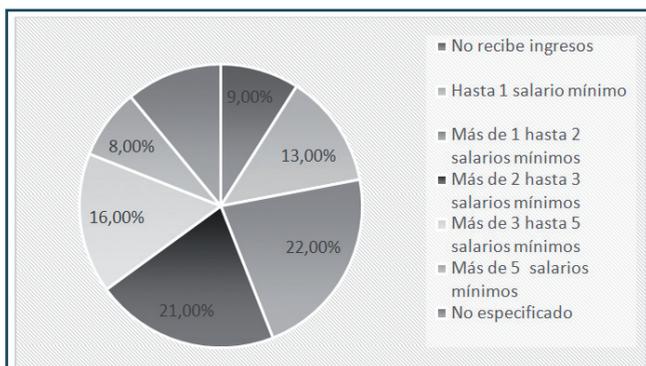
Fuente: Centro de Análisis multidisciplinario CAM-UNAM (2012)

Es así, que el deterioro de las condiciones de vida, la mutilación de los contratos colectivos y la llamada “flexibilización” de condiciones laborales, que se han legalizado con las llamadas “nuevas reformas” laborales que han traído un incremento en la cantidad de mercancías producidas y no pagadas a los trabajadores, así como un crecimiento del número de horas que tiene que trabajar un empleado para poder cubrir sus necesidades básicas (Centro de Análisis Multidisciplinario CAM-UNAM, 2012).

Finalmente, se menciona en el gráfico 2 el comportamiento de la población ocupada por nivel de ingresos durante el 2011; el 50% de la población ocupada se encuentra dentro del nivel de ingreso de 0 a 2 salarios mínimos diarios, esto es, 21,298,041 millones de mexicanos. Está población recibía en el mejor de los casos, 2 salarios mínimos por un día de trabajo, un máximo 124 pesos con 66 centavos.

Gráfico 2.

Población ocupada por nivel de ingresos México 2011



Fuente: Centro de Análisis multidisciplinario CAM-UNAM (2012)

Mendoza et. al. (2009) afirma en este contexto que a partir de un estudio de los cálculos sobre las diferencias salariales muestran evidencia de la existencia de discriminación salarial por género tanto en el ámbito nacional como en las regiones en que fue dividida la nación, especialmente en la región sur en la que se encuentra el Estado de Oaxaca.

A partir de los argumentos jurídicos-económicos antes presentados, en teoría, el Estado Mexicano trata de garantizar los derechos de las y los trabajadores, así como de las obligaciones de la parte patronal, pero resulta incomprensible la razón por la cual se siguen practicando una serie de arbitrariedades que lesionan los derechos de los trabajadores entre los que se encuentran las trabajadoras asalariadas que laboran en el municipio de Huajuapán de León, Oaxaca.

3. CONSTRUCCIÓN DE LOS PROCESOS DE DOMINACIÓN Y LAS PRÁCTICAS SOCIALES ENTRE LAS MUJERES Y LOS HOMBRES MIXTECOS

Se considera que es a través de los llamados usos y costumbres que comprende una serie de conductas individuales y colectivas que son observadas como naturales en las localidades de esta región, las que definen y trazan un conjunto de relaciones sociales que tienden a vincular a personas (hombres y mujeres) bajo esquemas de dominación que se caracterizan por posiciones diferenciadas en el seno de espacios o esferas (campos) determinados, donde al interior de cada uno de estos campos se ejerce una determinada practica social. Es así que al interior del campo donde se práctica lo laboral productivo las tareas a desempeñar se dan mediante la forma de una división sexual del trabajo que prevalece en cada comunidad como patrones de conducta colectiva que se espera que los actores involucrados asuman, considerando que “El Estado de Oaxaca tiene un total de 570 municipios de los cuales más de 400 municipios se rigen por los usos y costumbres y éstos frente al número nacional de municipios representa entre un 50 y un 60%” (López, 2004).

Un ejemplo es la participación política de la mujer en la región mixteca a decir de García et. al. (2013) es que sólo el 48.48% de las mujeres pueden ocupar un cargo público, de ese porcentaje se encuentra el de presidenta municipal en un 31.25% y como tesorera el 18.75%, dentro de las causas por las que no pueden desempeñar un cargo se encuentran; que las costumbres marcan que sólo los hombres pueden desempeñar un cargo político 29.41%, no eligen a las mujeres 17.65% y porque no está permitido 14.71%, a pesar de que el 59.09% de las mujeres encuestadas afirmaron ayudar al sostenimiento del hogar y al 4.55% de mujeres no les está permitido votar en elecciones municipales.

Por lo anterior, se tiene especial interés en conocer la situación laboral de la mujer trabajadora de la región mixteca. Debido a que es la propia estructura social de las poblaciones la que posibilita la posición y el dominio entre hombres y mujeres diferenciando los trabajos o tareas a realizar, orientando la forma de ejecutarlas y quién y bajo qué condiciones se reali-

za, situación que va definiendo un patrón de conducta generalizado a seguir. Este binomio posición-dominio que ayuda a una diferenciación de orden funcional-estructural está precedido además por la divergencia sexual-biológica (hombre-mujer) que posteriormente se cosificará en patrones socio-culturales que distinguen las posiciones de género (masculino-femenino) entre los agentes y las interacciones que se ejercen al interior de las localidades y a nivel nacional, como lo indica COPRED (2015) que refiere la visión del empleador en supuestos de discriminación laboral en la Ciudad de México e indica que despedir a una mujer sólo por estar embarazada, sin importar dejarla en la indefensión y sin seguridad social en el momento en que más lo requiere, dándole mayor importancia a la falacia de que su estado “provocará pérdidas económicas a la empresa”, cuando en realidad detrás de ese argumento se encuentran prejuicios y fobias. Cuando el dinero es el interés fundamental, todo se vale menos respetar los derechos de una mujer.

Al preguntar a los empleadores ¿por qué despedirlas? Las respuestas recibidas están basadas en la negación de la relación laboral o, en el mejor de los casos, en intentos de redimir la conducta discriminatoria mediante una liquidación negociada. Si bien la ley señala que una persona despedida injustificadamente debe recibir una indemnización, la verdad es que a las trabajadoras embarazadas se les obliga a “negociar” y terminan por aceptar las condiciones impuestas debido a que les cansa la dinámica de desgaste a que las someten.

En este contexto Butler (2007), afirma que una práctica social descriptiva permite entender que la división sexo/género funciona como una especie de eje rector, como una forma de imposición para construir la idea de que la categoría sexo es natural y asociado al género; esta idea es socialmente válida para la mentalidad de los hombres de esta región mixteca, ya que ésta se concretiza en una serie de prácticas que se generalizan y se perciben como normales. Esta mentalidad masculina, que, en la explicación teórica de Butler, difiere del hacer una desconstrucción de estos principios de concebir a las mujeres a través de la división sexual del trabajo. Discutir esa dualidad entre sexo/género es cuestionar el concepto mismo de mujer como del sujeto.

Para destacar la importancia de la variabilidad histórica y cultural del género, que permitiría definir “la identidad de género” como un esquema de conducta general hacia este sexo, conlleva a señalar, que la idea que se tiene de la mujer mixteca (por parte de los varones de estas comunidades), es un proceder culturalmente construido, mismo que se delimita en contraste con el concepto de sexo, como algo naturalmente adquirido, y ambos forman el par sobre la concepción de asociar lo femenino con la fragilidad y la sumisión hacia el otro sexo. El modelo sexo/género, al diluirse uno en el otro, refuerza la dicotomía sexo/natural versus género/cultural, que invisibiliza y crea arbitrarios sociales al concebirse los unos con los otros.

Como afirma Butler: “La hipótesis de un sistema binario de géneros sostiene de manera implícita la idea de una relación mimética entre género y sexo, en la cual el género refleja el sexo o, de lo contrario, está limitado por él” (Butler, 2007:54)

La represión y repetición de las diferencias al interior de cada campo, el género (de las mujeres) funciona para construir las reificaciones² del género y de la identidad de la persona, alimentando las relaciones de poder y transparentando las jerarquías sociales, como lo es el campo laboral.

Soley-Beltran afirma que:

“Esta línea de razonamiento no considera la fisiología como la base para los valores culturales, sino, por el contrario, como el recipiente de la impresión de valores culturales a través de los cuales es interpretada. El cuerpo se convierte entonces en una ocasión para el significado” (2009:35).

Es así que la identidad de género no es más que un principio regulador constituido por actos performativos. Aquí “la performatividad debe entenderse como la práctica reiterativa y referencial mediante la cual el discurso produce los efectos que nombra” (Butler, 2002:18). La dicotomía sexo/género es reflejo de lo que Butler denominó Matriz Heterosexual, o sea, una red de inteligibilidad cultural a través de la cual se naturalizan cuerpos, géneros y deseos.

Al respecto, Gerda Lerner (1986) define el patriarcado en un sentido mucho más amplio cuando señala que este es “... la manifestación e institucionalización del dominio masculino sobre las mujeres (esposa, hijas, hermanas, concubinas, madres y abuelas), donde ese dominio sobre las mujeres en la familia se proyecta en la sociedad, misma que retroalimenta la visión de dominación de los varones”.

Por lo tanto, el género es un efecto de la repetición constante de una serie de actitudes. Es así, que la identidad de género no es más que una “ficción reguladora” que se constituye por actos performativos, es evidente que la identidad personal no está fijada en un núcleo esencial de la condición de género, sino que está construida culturalmente.

4. LA DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO DE LAS MUJERES MIXTECAS

La división sexual del trabajo hace referencia al reparto de las tareas o actividades según la categoría sexo/género. Esta partición varía según el desarrollo histórico de las sociedades. El reparto de las actividades laborales no sería tan significativo si no fuera acompañado por una valoración diferencial por el género dominante que tiende a jerarquizar, subordinar, excluir, despreciar, minimizar y segregar el trabajo que desempeña la mujer. Esta actitud misógina tiene fuertes y claras repercusiones en las condiciones de vida de las mujeres. La segregación ocupacional no afecta únicamente a las diferentes actividades no remuneradas/remuneradas, sino que se observa claramente en la distribución de mujeres en cierto tipo de actividades laborales, sus condiciones y derechos laborales.

Para indagar en el caso de las mujeres mixtecas, se aplicó una encuesta a 197 mujeres que laboran bajo el régimen de trabajo asalariado en la Ciudad de Huajuapán de León, de cualquier sector económico; industrial, servicios o agropecuarios que existan en este municipio mixteco.

Se señala que la edad promedio de las mujeres asalariadas entrevistadas fue de 31 años. La edad mínima 15 años y la máxima de 72 años. Del total de mujeres trabajadoras siete son menores de edad. Las menores señalaron que por diferentes causas tienen que laborar no importando para ellas si la Ley Federal del trabajo prohíbe o reglamenta las formas de trabajo para menores de edad como lo indican los artículos 173 y 174 de la Ley Federal de Trabajo, que establece ciertas regulaciones como la “vigilancia y protección especial de la Inspección del Trabajo” y del ordenamiento legal que establece que “... los mayores de catorce y menores de dieciséis años deben obtener un certificado médico que acredite su aptitud para el trabajo y someterse a los exámenes médicos que periódicamente ordene la Inspección del Trabajo”. En el caso de estas 7 mujeres además manifestaron que lo prioritario para ellas es obtener un ingreso que ayude a la manutención de sus familias, por eso no les importa el marco regulatorio.

Otro dato obtenido de los resultados de las encuestas aplicadas a mujeres es que la edad oscila entre 15 y 72 años, donde señala que el 48.2% de las entrevistadas tiene una edad menor a los 28 años (ver tabla 3), siendo la media de 31.12 años de edad lo que representa una fuerza de trabajo relativamente joven.

Tabla 1

Estadísticos	
Edad de las encuestadas	
N	Válidos 195
	Perdidos 2
Media	31,12 años
Mediana	28,00 años
Mínimo	15 años
Máximo	72 años

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a 197 mujeres asalariadas que reside de y trabajan en la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Enero de 2016.

Otro dato que se desprende de la encuesta es el referente al nivel educativo (terminado). Las cifras se resumen en la tabla 4 Nivel Educativo:

Tabla 2

Nivel Educativo (Terminado)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	12	6.1	6.1	6.6
Secundaria	58	29.4	29.4	36.0
Bachillerato	64	32.5	32.5	68.5
Técnico	19	9.6	9.6	78.2
Superior	37	18.8	18.8	97.0
Post-grado	3	1.5	1.5	98.5
Otro	3	1.5	1.5	100.0

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a 197 mujeres asalariadas que reside de y trabajen en la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Enero de 2016.

El 6.1% de las entrevistadas dijo haber terminado la educación primaria únicamente, el 29.4% secundaria; estos dos datos ponderados representan casi una tercera parte del total de las mujeres entrevistadas, mismas que tienen una educación por debajo del nivel de secundaria. Por otra parte, al sumar el 32.5% de las mujeres que terminaron el bachillerato con el 9.6% de educación técnica, el 42.1% representa las mujeres que tienen un nivel educativo medio superior. En su extremo, sólo el 18.8% las mujeres asalariadas han cursado algún grado de educación superior.

De los datos anteriores se desprende que el 87% de la fuerza de mujeres trabajadoras asalariadas en esta ciudad de Huajuapán de León tienen grados de educación media superior, técnico o menores lo que implica que las unidades de trabajo no requieran niveles de educación superior o de postgrado de sus empleadas ya que la mayoría de las actividades a desempeñar están relacionadas con los servicios, venta y actividades que no requieren de conocimientos avanzados o especializados.

Los datos que se citan presentan de forma muy general las tendencias de la estructura socio-educativas de las mujeres entrevistadas que cimientan las bases sobre las cuales se pueden extraer ciertas dimensiones de análisis al trabajo de las mujeres asalariadas de la ciudad Huajuapán de León.

La tabla 5 muestra que el 60.9% de las encuestadas tardó entre uno y tres meses en encontrar su trabajo actual.

Tabla 3

Mencione cuánto tiempo le tomó conseguir su actual trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
01 a 03 meses	120	60.9	60.9	61.4
04 a 06 meses	41	20.8	20.8	82.2
07 a 10 meses	12	6.1	6.1	88.3
11 meses a 1 año	2	1.0	1.0	89.3
Más de 1 año	21	10.7	10.7	100.0
Total	197	100.0	100.0	

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a 197 mujeres asalariadas que residen y trabajan en la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Enero de 2016.

Al preguntarles a las encuestadas “La última vez que se quedó sin trabajo, ¿cuál fue la causa?” sus respuestas fueron: El 33.0% mencionó que renunció, el 33.5% indicó que este era su primer trabajo y el 15.2% que terminó su contrato.

Tabla 4

La última vez que se quedó sin trabajo, ¿cuál fue la causa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valores Perdidos	2	1.0	1.0	1.0
Terminó su contrato	30	15.2	15.2	16.2
Lo despidieron	16	8.1	8.1	24.4
Renunció a su empleo	65	33.0	33.0	57.4
Se pensionó o jubiló	3	1.5	1.5	58.9
Se accidentó o se enfermó por una larga temporada	15	7.6	7.6	66.5
Este es mi primer empleo	66	33.5	33.5	100.0
Total	197	100.0	100.0	

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a 197 mujeres asalariadas que residen y trabajan en la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Enero de 2016.

Respecto de las causas de la renuncia, un 50% de las entrevistadas señaló que su anterior trabajo no era gratificante y no les brindaba una mejora salarial o de auto realización personal

en el corto plazo. Además, un 25% de estas mujeres indicaron que decidieron abandonar su empleo porque, aunque sus jefes no las presionaban en sus labores, las jornadas eran muy largas (más de 10 horas de trabajo) y no había seguridad médica. Un 15% indicaron que renunciaron por acoso sexual de sus empleadores.

Aunado a la información antes citada, el 88% de las encuestadas mencionó que ya anteriormente había dejado o renunciado a un empleo por diversas causas, y que su empleo actual le había tomado encontrarlo entre uno y tres meses (61.9%). Y el promedio de conservación de un trabajo entre ese 88% de mujeres es de aproximadamente uno y dos años. Al preguntarles ¿En qué año terminó (o suspendió) su último trabajo u oficio? fue el 2014 el año en donde más mujeres renunciaron a un empleo anterior, con un 45%. Por otra parte, solo el 12% ha conservado por más de 5 años su actual trabajo.

Para la dimensión Equidad Laboral, se trató de evaluar si las condiciones y derechos de las mujeres encuestadas es de forma equitativa con sus pares varones.

Un primer dato que se desprende de esta sección señala que un 84.3% de las mujeres no se les exigió o pidió un certificado de no gravidez para contratarla, contra un 12.7% que manifestó que sí.

Tabla 5

¿En su actual trabajo le exigieron un certificado de no gravidez para contratarla?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valores perdidos	6	3.0	3.0	3.0
No	166	84.3	84.3	87.3
Sí	25	12.7	12.7	100.0
Total	197	100.0	100.0	

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a 197 mujeres asalariadas que residen y trabajan en la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Enero de 2016.

Del total de las mujeres que indicaron que no se les pidió un certificado de no gravidez para ser contratadas, el 45% de ellas señaló que es costumbre entre sus empleadores dejarlas trabajar, pero si se embarazan, estos esperan entre el quinto y sexto mes de embarazo para pedirles que se atiendan y posteriormente regresen a trabajar. Además, les piden a las empleadas recomendar alguien para que trabaje en su ausencia. Pero, según señalan las entrevistadas, no siempre es así. Pues muchas de las veces al regresar a trabajar después del periodo de gravidez (entre 4 y 5 meses) ya hay otra empleada que sustituyó a la persona recomendada.

Este mecanismo de deslindarse y no acatar las disposiciones legales por parte de los empleadores para brindar las condiciones mínimas de seguridad social puede ser entendido por medio de la siguiente tabla de la que se desprende que el 57.4% de las mujeres encuestadas no se encuentran aseguradas y el 8.1% acude a un médico particular:

Tabla 6**Está usted asegurada en alguna de las instituciones abajo señaladas**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valores perdidos	1	.5	.5	.5
IMSS	38	19.3	19.3	19.8
ISSSTE	29	14.7	14.7	34.5
Médico particular	16	8.1	8.1	42.6
No tengo seguro	113	57.4	57.4	100.0
Total	197	100.0	100.0	

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a 197 mujeres asalariadas que residen y trabajan en la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Enero de 2016.

Como se puede apreciar en la tabla 9, el 73.6% de las mujeres entrevistadas manifestaron no haber celebrado un contrato de trabajo con la empresa o empleador, situación que las deja aparentemente indefensas para poder demandar sus derechos como trabajadoras.

Tabla 7**¿En su actual trabajo le entregaron copia de su contrato laboral firmado por su patrón o el representante legal de la empresa?**

	Frecuencia	Porcentaje	% Válido	% Acumulado
Valores perdidos	3	1.5	1.5	1.5
No	145	73.6	73.6	75.1
Sí	49	24.9	24.9	100.0
Total	197	100.0	100.0	

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a 197 mujeres asalariadas que residen y trabajan en la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Enero de 2016.

Pero, la falta de este documento no priva a las trabajadoras de los derechos que derivan de las normas de trabajo y de los servicios prestados, pues derivado de ello se imputará al patrón la falta de esa formalidad como queda manifiesta en LFT en sus Art. 24 y 25. Serán condiciones nulas y no obligarán a los contrayentes, aunque se expresen en el contrato las que impliquen renuncia de algún derecho consagrado a favor del obrero en las leyes de protección y auxilio a los trabajadores (Art. 123 Apartado A Fracción XXVII).

RESULTADOS DE ENCUESTA A PATRONES

Con la finalidad de contrastar la visión de las trabajadoras asalariadas con la visión de los patrones se entrevistó a 30 patrones del municipio de Huajuapán de León y se presentan los resultados.

Tabla 8

Años de existencia de su empresa

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 a 2	14.8	14.8	14.8
11 a 15	18.5	18.5	33.3
3 a 6	22.2	22.2	55.6
6 a 10	37.0	37.0	92.6
Más de 20	7.4	7.4	100.0
Total	100.0	100.0	

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a 30 patrones de la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Noviembre de 2016.

El porcentaje más representativo es que el 37% de los patrones encuestados afirman que su empresa tiene una existencia de 6 a 10 años.

Tabla 9

¿Cuentan con contrato laboral escrito?

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	85.2	85.2	85.2
SI	14.8	14.8	100.0
Total	100.0	100.0	

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a 30 patrones de la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Noviembre de 2016.

El 85.2% de los patrones encuestados afirma que sus trabajadoras no cuentan con un contrato laboral escrito.

Tabla 10

Jornada laboral

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 2 a 5 horas	3.7	3.7	3.7
De 6 a 8 horas	63.0	63.0	66.7
De 9 a 12 horas	33.3	33.3	100.0
Total	100.0	100.0	

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a 30 patrones de la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Noviembre de 2016.

El 33.3% de los patrones encuestados afirman que sus trabajadoras laboran de 8 a 12 horas al día contra lo establecido en la Ley Federal del Trabajo que establece como jornada máxima 8 horas al día o 40 horas a la semana.

Tabla 11

Sistema de seguridad social

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
IMSS	11.1	11.1	11.1
Ninguno	77.8	77.8	88.9
Particular	11.1	11.1	100.0
Total	100.0	100.0	

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a 30 patrones de la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Noviembre de 2016.

El 77.8% de los patrones afirman no asegurar a sus trabajadoras ante las instituciones de seguridad social porcentaje que coincide con lo afirmado por las trabajadoras encuestadas.

Tabla 12

Días de descanso obligatorio y/o festivo oficial

	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NO	37.0	37.0	37.0
SI	63.0	63.0	100.0
Total	100.0	100.0	

Fuente: Resultado de la encuesta aplicada a 30 patrones de la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca. Noviembre de 2016.

El 37% de los patrones afirma no otorgar a sus trabajadoras los días de descanso obligatorio o días festivos oficiales.

Entre las causas por las que los patrones afirman que no otorgan condiciones laborales y seguridad social a las mujeres trabajadoras se encuentran: falta de conocimiento de las obligaciones laborales, cuotas muy altas a los institutos de seguridad social y que sus trabajadoras no conservan sus trabajos por largo tiempo.

5. CONCLUSIÓN

El ámbito territorial de la presente investigación se realiza en una región de uno de los Estados con mayor pobreza de México en el que un importante porcentaje de municipios se rige por usos y costumbres, por ello, el análisis y resultados se plantean como una hipótesis general para el interés de futuras investigaciones, sin embargo, como se menciona en el documento la situación laboral y de seguridad social es una problemática nacional y como lo afirma la OIT es una problemática de varias regiones del mundo.

Se presenta la visión de las trabajadoras asalariadas y los patrones que coinciden en las jornadas laborales y seguridad social, en la que los patrones afirman no asegurar a sus trabajadoras, más del 30% trabaja más de 8 horas al día, que a más del 30% no le otorgan días de descanso obligatorio y mencionan entre las razones que desconocen sus obligaciones laborales y que las cuotas de seguridad social son muy altas.

Del total de mujeres trabajadoras siete eran menores de edad y el 65.5% de las mujeres no cuentan con algún régimen de seguridad social, por lo que existe una flagrante violación al derecho humano de un trabajo digno y a la seguridad social, que tiene consecuencias serias en la obtención de los derechos del régimen obligatorio de los Institutos de Seguridad Social como: enfermedades y maternidad, invalidez y vida, guarderías y prestaciones sociales, aunado a la pérdida del derecho futuro a una pensión, también se atenta contra derechos laborales que parecen adquiridos como la jornada mínima de trabajo y el trabajo de menores de edad, por lo anterior el presente estudio es un instrumento descriptivo-explicativo que busca visibilizar los modos y frecuencias con los que se violentan los derechos laborales de las mujeres asalariadas que residen en el municipio de Huajuapán de León, Oaxaca.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BANCO MUNDIAL. (2016), "Tasa de participación en la fuerza laboral, mujeres (% de la población femenina entre 15-64 años)" <http://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.ACTI.FE.ZS>
- BOURDIEU, Pierre. (1997), "Razones prácticas". *Sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama (e. o. 1994).
- BUTLER, Judith. (1993, 2002a). "Cuerpos que importan". *Sobre los límites materiales y discursivos del sexo*. Ediciones Paidós. Buenos Aires.
- BUTLER, Judith. (2007). "El género en disputa". *El feminismo y la subversión de la identidad* Ediciones Paidós. México.
- Centro de Análisis multidisciplinario CAM-UNAM (2012). *Reporte del poder adquisitivo del salario y la precarización del nivel de vida de los trabajadores en México* <http://www.frecuencialaboral.com/multimedia/ReporteEMPLEOYSALARIOUNAM.pdf> Consultado el día 5 de febrero del 2015.
- Consejo para prevenir y eliminar la discriminación de la Ciudad de México (2015), *Discriminación Laboral hacia la mujer en la Ciudad de México. Despido por embarazo*. COPRED DF.
- GARCÍA, Jiménez Ricardo, BARRADAS, Martínez María del Rosario, MEDINA, Conde, Analaura (2013), *Planeación participativa con perspectiva de género: una estrategia de desarrollo social en la Región Mixteca Oaxaqueña*, XVII Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas.
- Instituto Nacional de la Mujeres INMUJERES (2003), *Las Mexicanas y el trabajo II*, México. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100500.pdf
- LERNER, Gerda (1986). *La creación del patriarcado*. Editorial Crítica.
- LÓPEZ, Barcenas Francisco. (2004), "Elecciones por usos y costumbres en Oaxaca", *Jurídicas UNAM*.
- Mendoza Cota, Jorge Eduardo, & García Bermúdez, Karina Jazmín. (2009). Discriminación salarial por género en México. *Problemas del desarrollo*, 40(156), 78-99. Recuperado en 16 de noviembre de 2016, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362009000100005&lng=es&tlng=es.
- Oficina Internacional del Trabajo (2015). *Informe mundial sobre la protección social, 2014-2015: hacia una recuperación económica, el desarrollo inclusivo y la justicia social*. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/-dcomm/documents/publication/wcms_245156.pdf
- OIT (2016), *Igualdad y discriminación*. Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra. <http://www.ilo.org/global/topics/equality-and-discrimination/lang--es/index.htm>

- OIT (2016), *Las mujeres en el trabajo. Tendencias 2016*. Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_457094.pdf
- SOLEY-BELTRAN, P. (2009). "Transexualidad y la matriz heterosexual". *Un estudio crítico de Judith Butler*. Bellaterra, Barcelona.

DOCUMENTOS OFICIALES

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Ley Federal del Trabajo
- Ley del Seguro Social

(Endnotes)

- ¹ Un punto importante del construccionismo social es visibilizar las maneras por las cuales los individuos y los colectivos participan en la creación de sus percepciones sociales de la realidad. Ello implica observar las maneras como son creados e institucionalizados los fenómenos sociales, y hecho en tradiciones por los seres humanos.
- ² La reificación o *cosificación sexual*; es un concepto desarrollado en la teoría feminista que designa la acción de ver a una persona como un objeto sexual, separando de la persona y del resto de sus elementos de personalidad y existencia.

ECONOMÍA DE COMUNIÓN:

UNA VISIÓN ÉTICA DE LA EMPRESA A LUZ DE LA ENCÍCLICA *CARITAS IN VERITATE*

Ricardo Aguado

Doctor en Economía Aplicada, profesor titular y coordinador académico del Departamento de Economía en la Universidad de Deusto (Deusto Business School), en el campus de Bilbao. Investigador Principal del equipo *Humanism in Management and Economics* (HUME), reconocido por la UD, y miembro del grupo de trabajo sobre Pensamiento Social Cristiano de las Universidades Jesuitas en España (UNIJES) y del equipo de investigación HEST, coordinado y financiado por la Compañía de Jesús en Europa.

Leire Alcañiz

Doctora en Administración y Dirección de Empresas, miembro del departamento de Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Deusto, forma parte del equipo de investigación de Finanzas en Deusto Business School (UD). Ha realizado diversas estancias internacionales sobre la creación de valor basada en el capital intelectual y del valor social generado por las empresas.

Jabier Martínez

Doctor en CC. EE. y Empresariales (Competitividad Empresarial y Desarrollo Económico) por la Universidad de Deusto y Diploma de Estudios Avanzados en Economía (Análisis Económico y Economía Pública) por la Universidad del País Vasco. Es profesor del departamento de economía en la Universidad de Deusto y miembro del Equipo Directivo de la Administración Provincial de la Compañía de Jesús en España. Su investigación se ha centrado en el análisis de las políticas públicas y su relación con la sostenibilidad y el crecimiento.

RESUMEN

La Doctrina Social de la Iglesia (DSI) propone un modelo de empresa basado en el desarrollo humano integral de toda la persona y para todas las personas. En esta visión, al igual que en el planteamiento neoclásico, se remarca la importancia de la innovación, la creatividad y la generación de empleo. Adicionalmente, la DSI insiste en que la empresa atienda los intereses del conjunto de los partícipes sociales que se relacionan con la misma, teniendo en cuenta la sostenibilidad ambiental de su actividad. Como ejemplo de modelo de negocio que potencia estos principios y que nace desde la propia DSI, se introduce en Caritas in Veritate (CiV) el concepto de “economía de comunión”. La economía de comunión plantea la creación de empresas competitivas dentro de la economía de mercado, que a la vez incorporen criterios de solidaridad, reciprocidad y gratuidad en las relaciones económicas.

PALABRAS CLAVE

Economía de Comunión, Caritas in Veritate, Desarrollo Humano Integral, Solidaridad

CÓDIGO JEL/ JEL CODE

A12, A13, Z12

ECONOMY OF COMMUNION, A ETHICAL VISION OF THE COMPANY IN THE LIGHT OF CARITAS IN VERITATE

ABSTRACT

Catholic Social Thought (CST) proposes a model for firms that is based on the integral human development of each person and of all persons. In this vision, similarly to the neoclassical thinking, the importance of innovation, creativity and job creation are highlighted. Additionally, CST asks firms to deal with the interests of all stakeholders that interact with the firm, taking care of the environmental sustainability of its own activities. The concept of “economy of communion” is introduced in Caritas in Veritate (CiV) as an example of a business model that is based on CST principles. The economy of communion advises the creation of competitive firms in the market economy, which at the same time are able to integrate the concepts of solidarity, reciprocity and the logic of the gift inside economic activity.

KEYWORDS

Economy of Communion, Caritas in Veritate, Integral Human Development, Solidarity

1. INTRODUCCIÓN

La definición de economía que prevalece hasta nuestros días es la que en la primera mitad del siglo XX propusiera Robbins, “*la economía es la ciencia que estudia la conducta humana como una relación entre fines y medios escasos que tienen usos alternativos*” (Robbins, 1932). A partir de esta definición se ha conocido a la economía como la ciencia de la escasez, ya que debe establecer qué fines y qué medios se priorizan (y por qué razón) sobre otros. La economía pone en relación recursos escasos con necesidades o deseos que potencialmente pueden no tener límite. A la hora de buscar un fin para esos medios escasos, la economía propone un modelo de comportamiento para los agentes económicos basado en la racionalidad. De esta forma, la racionalidad económica dicta que cada individuo busca optimizar su bienestar (utilidad) individual, mientras que cada empresa busca optimizar el beneficio. De esa manera se alcanzará el nivel óptimo de bienestar a nivel social (Smith, 1776).

A finales del siglo XIX tiene lugar la aparición de la encíclica *Rerum Novarum* (León XIII, 1891), que es reconocida como la encíclica a partir de la cual surge la doctrina social de la Iglesia (DSI). Desde entonces, tanto la ciencia económica, como la DSI y la realidad socioeconómica no han dejado de evolucionar y de proponer distintos modelos de comportamiento para los agentes económicos, basándose en diferentes visiones sobre la finalidad y los objetivos de los partícipes que en ella interactúan.

En la segunda sección del artículo analizaremos los conceptos de empresa y de mercado efectuados en la encíclica *Caritas in Veritate (CIV)* (Benedicto XVI, 2009) en el marco de la DSI. En la tercera sección introduciremos la idea de “economía de comunión”, desarrollada a partir de los años 90 del siglo XX por el movimiento católico de los focolares y que ha sido acogida por más de 800 empresas que compiten en el mercado en distintos países del mundo. El artículo se cierra con un apartado de conclusiones.

2. EL PAPEL DE LA EMPRESA Y EL MERCADO EN LA ENCÍCLICA CARITAS IN VERITATE

2.1. La empresa y el mercado en la doctrina social de la Iglesia

La encíclica *CiV* se integra dentro de la DSI. La DSI nace a finales del siglo XVIII con la carta encíclica *Rerum Novarum* (León XIII, 1891), comenzando así un proceso en el que se plantea un marco económico, social y político desde el magisterio de la Iglesia católica. A partir de ese momento se pueden diferenciar dos etapas divididas por el Concilio Vaticano II (1962-1965). El Concilio Vaticano II es un punto de inflexión en la DSI ya que supone la renovación de la Iglesia, abriéndose al mundo contemporáneo, principalmente en lo referente a tres puntos

clave: la relación entre la fe y las ciencias modernas, la relación entre la Iglesia y el Estado y la tolerancia religiosa (Benedicto XI, 2005).

El primer periodo comienza con la encíclica *Rerum Novarum*, sobre la situación de los obreros, publicada en pleno proceso de industrialización en lo que hoy en día es el mundo desarrollado. Esta encíclica recoge los principales acontecimientos de la época como la urbanización, la situación del proletariado y la pobreza, y promovía los derechos de los trabajadores y un nivel salarial que permitiera una vida digna para las familias. Cuarenta años después, Pío XI en 1931 publica la carta encíclica *Quadragesimo Anno* donde desarrolla la situación socioeconómica tras la Gran Depresión, el comunismo y el advenimiento de los incipientes regimenes de corte fascista que germinaban en Europa. El mensaje principal de la encíclica pone de relieve el papel de la justicia social y la caridad como principios que rijan a las instituciones públicas y la vida social. El objetivo era el impulso de un orden social y jurídico que promoviera la armonización entre el interés particular y el bien común. Asimismo, *Quadragesimo Anno* propone el principio de subsidiariedad como guía para la intervención de los Estados.

Las encíclicas *Mater et Magistra* (Juan XXIII, 1961) y *Pacem in Terris* (Juan XIII, 1963) tienen lugar en plena preparación y desarrollo del Concilio Vaticano II y tratan, entre otros, los puntos clave del momento histórico en que ven la luz, como son los avances tecnológicos y la carrera armamentística entre las dos superpotencias (Estados Unidos y la ya desaparecida Unión Soviética) con el riesgo de evolucionar en una guerra nuclear. Esto da lugar al mensaje de Juan XXIII que es, por un lado, de condena de las desigualdades sociales, tanto a nivel nacional (por las diferencias en la generación de renta entre la agricultura, la industria y el sector servicios), como en el plano mundial (por las diferencias de ingreso entre los países dependiendo del nivel de desarrollo económico). Por otro lado, Juan XXIII por medio de sus encíclicas proporciona un mensaje que refuerza la protección de los derechos humanos y las responsabilidades sociales.

El propio Concilio Vaticano II da lugar a la constitución pastoral *Gaudium et spes* (1965). Aquí se trata el papel de la Iglesia en el mundo contemporáneo, promoviendo un cambio en la DSI para adaptarse y hacer frente a los cambios sociales, psicológicos, políticos, económicos, científicos, morales y religiosos. Se asientan las bases del desarrollo humano desde el punto de vista de la Iglesia, que debe ser integral y solidario, poniendo coto a las desigualdades económicas y sociales. Y destaca, en primer lugar, el papel del trabajo y de la participación de la persona en la empresa y la economía y, en segundo lugar, el destino universal de los bienes.

Es en el periodo tras el Concilio cuando surge la carta encíclica *Populorum Progressio* (Pablo VI, 1967), que hace incidencia en la cada vez mayor brecha entre naciones ricas y pobres y en el desarrollo como herramienta para conseguir la paz. A partir de esta encíclica la DSI se ha centrado en gran medida en el concepto de desarrollo humano, tanto a nivel individual como social, a través de las encíclicas conmemorativas de PP, *Sollicitudo rei Socialis* (Juan Pablo II, 1987) y de *Caritas in Veritate* (CIV) (Benedicto XVI, 2009) sobre el desarrollo humano integral en la caridad y en la verdad. Ambas ponen énfasis en la persistencia del subdesarrollo. Mientras que en *Sollicitudo* se critica la existencia de dos bloques económicos, políticos y

militares antagónicos (bloque capitalista vs bloque comunista), en CiV se hace referencia al proceso de globalización económica y a los efectos sociales de la crisis financiera que comenzó en el años 2007 y 2008. CiV promueve que las fuerzas sociales y económicas más poderosas estén al servicio de un desarrollo más humano, y que abarque al mayor número de personas posible. Dado que CiV es el hilo conductor de este artículo, desarrollaremos en mayor profundidad el carácter socioeconómico de esta encíclica en un punto posterior.

Finalmente, en 2015, poco antes de que tuviese lugar la conferencia de las Naciones Unidas sobre cambio climático, se publicó la carta encíclica *Laudato si* (Francisco I) que trata sobre los problemas medioambientales y se dirige a todas las personas preocupadas por la situación medioambiental del planeta Tierra.

2.2. La encíclica *Caritas in Veritate*

La encíclica *Caritas in Veritate* (CiV) se reconoce como continuadora de la encíclica *Populorum Progressio*, publicada por Pablo VI en 1967. En ambas encíclicas se desarrolla de manera central el concepto de “desarrollo humano integral” (CiV nº8), con amplias referencias al rol de la empresa y del mercado. La encíclica propone el principio de la *caridad en la verdad* como piedra angular de todo el edificio de la doctrina social de la Iglesia (CiV nº6), y como base también de la misma encíclica. Se destacan dos criterios para orientar el desarrollo humano integral: la justicia y el bien común (CiV nº7). Ambos orientarán, también, la reflexión sobre la empresa y el mercado.

La visión que Benedicto XVI propone sobre el desarrollo en *Caritas in Veritate* es eminentemente positiva. Recoge la idea expresada previamente por Pablo VI quien “*indicó en el desarrollo, humana y cristianamente entendido, el corazón del mensaje social cristiano*” (CiV nº13). Este desarrollo, además, “*debe ser integral, es decir, promover a todos los hombres y a todo el hombre*” (CiV nº18). Frente a concepciones meramente técnicas, científicas o amorales del desarrollo, propone que su mismo centro sea la caridad, la fraternidad entre las personas y los países (CiV nº20).

La encíclica reconoce que el proceso de globalización y los avances tecnológicos, junto con la desaparición de la política de bloques, han propiciado un aumento del crecimiento económico. Benedicto XVI señala que “*la riqueza mundial crece en términos absolutos, pero aumentan también las desigualdades*” (CiV nº22). La encíclica señala que fruto de estas desigualdades coexisten estilos de vida consumistas y derrochadores junto con situaciones de miseria deshumanizadora, inseguridad alimentaria y dificultades en el acceso al agua (CiV nº27). Profundizando en la línea de la sostenibilidad social del desarrollo, la encíclica critica la reducción de los derechos de los trabajadores y la renuncia consciente a la distribución de la renta con el objetivo de incrementar la competitividad de un país a nivel internacional en el corto plazo (CiV nº32). La obsesión por conseguir resultados económicos en el muy corto plazo exigiría una “*nueva y más profunda reflexión sobre el sentido de la economía y sus fines*”, así como el progresivo deterioro medioambiental del planeta, también víctima de este cortoplacismo (CiV nº32).

La encíclica analiza, igualmente, el papel de la empresa y del mercado. En primer lugar, la encíclica reconoce en el mercado la *“institución económica que permite el encuentro entre personas [...] que intercambian bienes y servicios de consumo para satisfacer sus necesidades y deseos”* (CiV nº35). Sin embargo, *“la exigencia de la economía de ser autónoma, de no estar sujeta a ‘injerencias’ de carácter moral, ha llevado al hombre a abusar de los instrumentos económicos, incluso de manera destructiva”* (CiV nº34). Como se subraya en la sección 1, en la concepción neoclásica de la economía no hay lugar para el cuestionamiento moral. La consecución del mayor bienestar para la sociedad se consigue siguiendo ciegamente la *racionalidad* económica del *homo economicus*, consistente en la optimización del beneficio (para las empresas), o bien la optimización del bienestar (para el individuo-consumidor). Con el paso del tiempo, este comportamiento egoísta basado en la optimización ha desembocado en *“sistemas económicos, sociales y políticos que [...] no han sido capaces de asegurar la justicia que prometían”* (CiV nº34).

Benedicto XVI propone un cambio en el objetivo de la actividad económica para orientarla a la consecución del bien común (CiV nº36). De esta manera, *“toda decisión económica tiene consecuencias de carácter moral”* (CiV nº37). Existe, entonces, un espacio para la moralidad dentro de las decisiones que se toman en el mercado. Las empresas, por ejemplo, pueden elegir entre mantener comportamientos egoístas-optimizadores, o bien pueden optar *“libremente por ejercer su gestión movidas por principios distintos al del mero beneficio, sin renunciar por ello a producir valor económico”* (CiV nº37).

Benedicto XVI propone a los agentes económicos que actúan en el mercado que no sólo actúen con respeto a los principios tradicionales de la ética social, como la transparencia, la honestidad, la responsabilidad y el respeto a la legalidad, sino que también den cabida al principio de la gratuidad dentro de la actividad económica ordinaria (CiV nº36). Esta propuesta es contraria al funcionamiento del mercado según el pensamiento neoclásico, basado en el egoísmo individual (consumidor) u organizacional (empresa). Sin embargo, la propuesta entronca con una concepción económica donde la caridad (*caritas*) ocupa un lugar preferente no solamente fuera o después de la actividad económica (en la vida familiar y social, por ejemplo), sino desde el comienzo de esa actividad y durante todo el proceso económico. La búsqueda del desarrollo integral por medio del mercado debe seguir los dos principios básicos mencionados al comienzo de esta sección, la justicia y el bien común. Para ello es necesario apoyar la *“apertura progresiva en el contexto mundial a formas de actividad económica caracterizadas por ciertos márgenes de gratuidad”* (CiV nº39).

Esta concepción del funcionamiento del mercado se complementa con una serie de propuestas renovadoras sobre el modo de entender la empresa. Estas propuestas entroncan con el cuerpo de la doctrina social de la Iglesia, así como con nuevas formas de entender la empresa desde la ciencia económica (Friendland, 2009; Thatchenkery et al., 2010; Hamschmidt y Pirson, 2011; Kimakowitz et al., 2011; Dierksmeier, 2015). La encíclica propone que la empresa no se conforme con responder de manera exclusiva a las expectativas de lucro de los inversores, sino que también considere su dimensión social. Por un lado, *“la gestión de la*

empresa no puede tener en cuenta únicamente el interés de sus propietarios, sino también el de todos los otros sujetos que contribuyan a la vida de la empresa: trabajadores, clientes, proveedores de los diversos elementos de producción, la comunidad de referencia" (CiV nº40). Por otro lado, la empresa debe orientar su finalidad hacia el bien común y su propia sostenibilidad en el largo plazo, evitando que la especulación y el beneficio inmediato se conviertan, *de facto*, en los verdaderos objetivos de la empresa.

3. LA ECONOMÍA DE COMUNIÓN Y CARITAS IN VERITATE

Como hemos visto en las secciones anteriores, frente a una concepción amoral basada en la optimización del beneficio empresarial o del bienestar individual, la doctrina social de la Iglesia y, más concretamente, la encíclica *Caritas in Veritate* retoma la idea del desarrollo humano integral. Este tipo de desarrollo reclama el componente moral de las decisiones tomadas por los agentes económicos en el mercado y pide que esas decisiones se orienten desde la justicia y el bien común. A nivel de empresa, la encíclica propone superar la optimización del beneficio como objetivo único de la empresa y considerar la dimensión social y ambiental de la misma, teniendo en cuenta a todos los partícipes sociales de la misma (no solamente a los inversores), a la comunidad donde desarrolla su actividad y el servicio al bien común. Benedicto XVI cita expresamente a la economía de comunión para poner de manifiesto cómo es posible *"concebir la ganancia como un instrumento para alcanzar objetivos de humanización del mercado y de la sociedad"* (CiV nº46). En concreto, Benedicto XVI se refiere a un tipo de agentes económicos con vocación de obtener beneficio económico constituidos por organizaciones que, no obstante, *"suscriben pactos de ayuda a países atrasados; por fundaciones promovidas por empresas concretas; por grupos de empresas que tienen objetivos de utilidad social; por el amplio mundo de agentes de la llamada economía civil y de comunión"* (CiV nº46).

La novedad más impactante, desde el punto de vista de la economía neoclásica, consiste en la introducción del principio de gratuidad, como expresión de fraternidad, dentro de la actividad económica ordinaria. Este principio, como veremos a lo largo de la sección, está presente de una manera especial en la economía de comunión (EdC).

La EdC surge dentro del movimiento de los Focolares, creado por Chiara Lubich en la ciudad italiana de Trento, durante los bombardeos que sufrió esa ciudad en la segunda Guerra Mundial. Los focolares mostraron desde un principio un comportamiento parecido al de las primeras comunidades cristianas: *"compartían con alegría cuanto poseían, con una forma de dar y de recibir en la que, incluso en los momentos difíciles, todos eran hermanos e iguales"* (Ferrucci, 2011). Los focolares maduran su vocación buscando la santificación en la vida de familia, en el trabajo y en la sociedad, como laicos. Pronto, los miembros de esta comunidad empezaron a extenderse por otros países y continentes alrededor de los principios de fraternidad y de unidad (Lubich, 2007).

El año 1991 es clave para el movimiento. A nivel internacional, el muro de Berlín había caído unos años antes, y con él la ideología comunista. Juan Pablo II acababa de publicar su encíclica *Centesimus Annus*, de un marcado carácter social. Clara Lubich, durante su visita a Brasil en ese mismo año, conmovida por el contraste entre los rascacielos y las *favelas* en San Pablo, urge a la creación de nuevas empresas para producir trabajo y recursos y, mediante estas empresas, contribuir a “sacar a los pobres de su condición y formar hombres nuevos” (Ferrucci, 2011).

La propuesta consistía en extender ese sentimiento de unión y solidaridad que existía en las comunidades focolares hacia la creación de empresas, invitando a las personas a generar nuevas ideas de negocio o a transformar empresas ya existentes. Es el comienzo de la “economía de comunión”. Las empresas creadas o transformadas al calor de esta iniciativa compiten en el mercado con el resto de empresas privadas, con la importante diferencia de que sus beneficios serán destinados a tres finalidades concretas. Un tercio será reinvertido en la propia empresa para asegurar su capitalización y competitividad, un segundo tercio será destinado a difundir la cultura de la economía de comunión (mediante congresos o conferencias) y el tercer tercio será destinado a socorrer a las personas en situación de necesidad, empezando por aquellas cercanas a las comunidades de focolares, siguiendo el principio de subsidiariedad.

Sin embargo, la economía de comunión no humaniza el mercado y la sociedad únicamente mediante el reparto del beneficio. Igualmente importante en esta tarea es la idea de reciprocidad, ya que es la que anima este reparto de la ganancia económica y, en general, la manera de gestionar la empresa que funciona dentro del esquema de la economía de comunión (Zamagni, 2002). La reciprocidad difiere tanto del altruismo como de la transacción de mercado. El comportamiento altruista observa a la persona en necesidad como alguien que carece de los medios para progresar por sus propios medios, por lo que podría generar dependencia en quien recibe la ayuda. Por otro lado, la transacción de mercado requiere de una equivalencia exacta entre el valor de los bienes y servicios intercambiados. En contraste, la reciprocidad requiere que tanto la persona que da como la que recibe contribuyan con algo a ese intercambio, aunque sus contribuciones sean de un valor desigual. A la hora de ayudar a personas necesitadas, se establece una relación de reciprocidad entre estas personas y la empresa que opera en economía de comunión de la siguiente manera: las personas contribuyen a la relación compartiendo sus necesidades, mientras que la empresa contribuye con parte de su beneficio, generándose una sensación de comunidad y de confianza recíprocas que elimina la posibilidad de actitudes paternalistas (Buckeye et al., 2011). Las necesidades y la parte del beneficio compartidas tienen el mismo valor en esta relación (Mundell, 2011).

En la actualidad, unas 800 empresas ubicadas por distintos países y continentes funcionan según estos principios, muchas de ellas agrupadas en parques industriales específicos (Asociación Internacional por una Economía de Comunión – AIEC, 2016). Las empresas de EdC normalmente son pequeñas o medianas empresas, pues resulta complicado encontrar inversores que quieran mantener el espíritu de la EdC. Las empresas pertenecen a distintos

sectores de actividad, como por ejemplo: consultoría, banca, seguros, reciclaje, ingeniería y venta al por menor, entre otros. Además, pueden tener distintas formas societarias como sociedades limitadas, asociaciones o cooperativas (Gallagher and Buckeye, 2014).

La economía de comunión, entonces, no solamente busca la competitividad en el mercado, sino que también tiene en cuenta las necesidades de las personas en situación de pobreza (Gold, 2010, 2013). Adicionalmente, la EdC también influye en la manera en que las empresas son gestionadas: mostrando confianza en suministradores y clientes, no despidiendo automáticamente trabajadores para ajustar la cifra de beneficio, contribuyendo al desarrollo personal y profesional de los trabajadores, entendiendo a los stakeholders como co-generadores de valor para el cliente final, buscando un impacto positivo para las comunidades locales en las que se asienta y estableciendo compromisos de largo plazo con los partícipes sociales que permitan un beneficio mutuo basado en la transparencia y la confianza. Es decir, frente a la lógica del beneficio se impone la fraternidad también en la esfera económica, permitiendo la personalización y la gratuidad (comunión) en las relaciones de mercado (Bruni y Zamagni, 2004). Se trata de colocar la cultura del dar y del amor en el centro de la actividad económica y de la empresa, dentro de la economía de mercado (Bruni y Uelmen, 2006).

La EdC está muy relacionada con la espiritualidad de los focolares. No se trata de una espiritualidad reducida a una ética empresarial o económica. Es una espiritualidad que busca la santificación de las personas también a través de la vida económica ordinaria, no solamente a través de la vida social que viene después de la vida profesional. Esta espiritualidad está basada en dos pilares fundamentales. El primero de ellos es el mandamiento del amor: *“Os doy un mandamiento nuevo: amaos los unos a los otros como yo os he amado”* (Jn 15, 12-13). En este mandamiento descubrieron los focolares el amor de Dios por cada persona, a la vez que la necesidad de practicar esa misma calidad del amor de Dios por cada persona entre los miembros de la comunidad y el resto de la sociedad. De esa manera empezaron a compartir sus miedos, preocupaciones, alegrías, posesiones, bienes materiales y espirituales (Uelmen, 2010). El segundo pilar es la unidad. A partir de la última oración de Jesús antes de morir *“para que todos sean uno”* (Jn 17,21), el deseo de permanecer en la unidad ha permanecido como una de las columnas vertebrales del movimiento focolar. Unidad de cada persona con Dios, unidad entre las personas que forman la comunidad y unidad con el resto de la sociedad. (Uelmen, 2010).

De esta espiritualidad basada en el amor (*caritas*) y en la unidad surge con fuerza la idea de transformar las estructuras económicas y sociales del mundo, con una mentalidad abierta a la colaboración ecuménica. La economía de comunión es parte del reflejo de esta espiritualidad en la economía de mercado (Bruni y Uelmen, 2006). Un modo de hacer empresa en el que la gratuidad, la fraternidad, la caridad y la justicia están presentes en organizaciones competitivas.

Todo ello se traduce en organizaciones con mucha comunicación interna, relaciones de calidad entre las personas, puesta en común desinteresada de conocimientos entre distintos

sectores (por ejemplo: labores de consultoría estratégica gratuita entre las empresas), relaciones justas con clientes y proveedores y valoración de la colaboración mutua entre partícipes sociales. Junto a la economía de comunión han aparecido otros modelos de negocio que se desmarcan de la empresa tradicional: B-cops, economía azul, economía de solidaridad, economía social, economía del bien común y otros. En algunos casos estos modelos tratan de enfatizar la sostenibilidad ambiental (economía azul) y/o la sostenibilidad social (B economy, economía de solidaridad, del bien común y social). En todos los casos se señala la importancia de lograr una sostenibilidad económica suficiente como para permanecer dentro del mercado competitivo (Alcañiz y Aguado, 2017).

Aclaremos que, aunque las empresas de EdC buscan el bien de la sociedad a través de la actividad económica en un mercado competitivo, no pertenecen a la denominada economía del bien común. Esta iniciativa (la economía del bien común) ha sido desarrollada por Christian Felber y está basada en empresas privadas que, en lugar de competir en busca de una mayor tasa de beneficio, colaboran entre ellas para conseguir el mayor bien común para la sociedad en su conjunto (Felber, 2012). En este modelo, el bien común es definido a través de la aportación que cada empresa realiza a sus partícipes sociales en las siguientes dimensiones: dignidad humana, solidaridad, sostenibilidad ecológica, justicia social y participación democrática y transparencia. Cada empresa realiza un balance del bien común aportado a la sociedad a través de su actividad económica, que se hace público, y que sirve de guía al consumidor para trasladar su demanda a aquellas empresas que más aporten al bien común (Felber, 2015).

Ambos tipos de economías (economía de comunión vs economía del bien común) difieren en una serie de puntos clave. En primer lugar, la economía del bien común se preocupa, principalmente, de los partícipes sociales de la empresa a nivel económico, social y medioambiental. Sin embargo, la EdC centra su atención en las personas pobres. Su objetivo consiste en mejorar la calidad de vida de las personas que viven en pobreza a través de la actividad económica. Mediante la EdC se les ayuda a incorporarse a empresas en funcionamiento o a crear negocios (a nivel familiar o comunitario) a través de los cuales puedan conseguir una renta, un desarrollo personal y profesional y una mayor autoestima; en general, un desarrollo humano integral. En segundo lugar, y para poder conseguirlo, la EdC especifica un reparto del beneficio especial, en el que como se ha comentado anteriormente, un tercio se reinvertirá para posibilitar la sostenibilidad de la empresa a largo plazo, y dos tercios se dedican al objetivo de la EdC, tanto en la difusión de su cultura como socorriendo a las personas en situación de necesidad. Por último, volvemos a destacar que en la base de la EdC se encuentra la lógica del don y la gratuidad en las relaciones económicas.

4. CONCLUSIONES

Una de las principales aportaciones que propone *Caritas in Veritate* consiste en reintroducir la moralidad en la actividad económica y en la gestión de las empresas, específicamente. Benedicto XVI propone como guías de comportamiento en CiV la justicia y el bien común. Atendiendo a estos dos principios será posible hacer contribuciones positivas desde la economía al desarrollo humano integral, que atiende a toda la humanidad (no sólo al mundo desarrollado) y en todas las facetas del ser humano (no sólo, aunque también, en la material).

La economía de comunión se configura como un espacio privilegiado para generar este desarrollo humano integral. Junto con la preocupación por la competitividad y el beneficio, la empresa busca la obtención del bien común a través de la fraternidad con las personas en necesidad y de una gestión de la empresa dentro de la cultura de la reciprocidad y la gratuidad. En relación a las interacciones de mercado con los clientes, suministradores u otros partícipes sociales, el principio de reciprocidad se aplica sencillamente siguiendo la regla de tratar a los demás como la empresa misma querría ser tratada. En la práctica, esto significa que las empresas de EdC, al interactuar con otros stakeholders, se ponen en el lugar de cada uno de ellos con el objetivo final de establecer una relación estable en el largo plazo, basada en la confianza mutua. En muchos casos, esto significará renunciar a optimizar el beneficio a corto plazo por una perspectiva de largo plazo que contemple beneficios mutuos para la empresa y para cada partícipe social, ya sean estos clientes, trabajadores o suministradores.

De este modo, podemos concluir que la idea de utilizar el beneficio económico como instrumento para contribuir a la humanización del mercado y la sociedad no se refiere únicamente a la dimensión de compartir un tercio del beneficio económico con las personas necesitadas. La economía de comunión fomenta involucrar en la creación de riqueza a personas desfavorecidas, bien poniendo en marcha iniciativas empresariales nuevas, bien sumándose a proyectos empresariales comenzados por otros. Y esta creación de riqueza o de valor se promueve en condiciones de libre mercado, compitiendo con otras empresas, buscando una relación de largo plazo basada en la confianza con el resto de los partícipes sociales y contribuyendo al bienestar social.

Así, las relaciones de fraternidad y de justicia no se viven únicamente al margen de la actividad económica (en la vida familiar o social), sino también durante la vida laboral y las transacciones económicas. De esa manera, la vida de las personas puede formar un continuo moral en todas las esferas de la vida (profesional, económica, familiar, social) y contribuir al desarrollo humano integral para todas las personas y en todas las facetas del ser humano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcañiz, L. y Aguado, R. (2017): "New business models: beyond the shareholder approach", Academy of Management Annual Meeting 2017 proceedings, disponible en: <http://www.aom.org>.
- Asociación Internacional por una Economía de Comunión – AIEC (2016): Memoria EdC 2014-2015. Encarte Editorial.
- Benedicto XVI (2005): Discurso del Santo Padre Benedicto XVI a los cardenales, arzobispos, obispos y prelados superiores de la curia romana, Jueves 22 de diciembre de 2005, disponible en: https://w2.vatican.va/content/benedict-xvi/es/speeches/2005/december/documents/hf_ben_xvi_spe_20051222_roman-curia.html (consultado 5 Junio 2016).
- Benedicto XVI (2009): Caritas in veritate, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 2 Junio 2016).
- Bruni, L. y Uelmen, A. (2006): "Religious values and corporate decision making: the economy of communion Project". Fordham journal of corporate & financial law Vol XI pp. 645-680.
- Bruni, L. y Zamagni, S. (2004): "The Economy of Communion: Inspirations and Achievements", Finance & The Common Good/Bien Commun nº 20 pp. 91-97.
- Buckeye, J.G.; Gallagher, J.B. and Garlow, E. (2011): "Mundell & Associates, Inc.: Manageing When Faith Really Matters", Case Research Journal, 2(XXXI): 41-55.
- Concilio Vaticano II (1965): Gaudium et spes, Constitución pastoral, disponible en <http://w2.vatican.va/content/vatican/it.html> (consultado 15 Mayo 2016)
- Dierksmeier, C (2015): "Human dignity and the business of business", Human Systems Management, 34: 33-42.
- Felber, C. 2012. La economía del bien común. Deusto S.A. Ediciones, Barcelona.
- Felber, C. 2015. Change Everything. University of Chicago Press Economics Books, Chicago.
- Ferrucci, A. (2011): "Veinte años de EdC: una historia de amor entre el cielo y la tierra" disponible en <http://www.edc-online.org/es/publicaciones/ponencias-en-congresos/> (consultado 21 de Marzo 2017)
- Francisco I (2015): Laudato Si, Encíclica, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 2 Junio 2016).
- Friendland, J (ed) (2009): Doing well and good. The human face of the new capitalism. IAP, Charlotte.
- Gallagher, J. and Buckeye, J. (2014): Structures of Grace, The Business Practices of the Economy of Communion. New City Press, NY.

- Gold, L. (2010): *New Financial Horizons. The Emergence of an Economy of Communion*. New City Press, New York
- Gold, L. (2013): "Economy of communion", en Bruni, L. & Zamagni, S. (Eds.) *Handbook on the Economics of Reciprocity and Social Enterprise*: 112-120. Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham (UK).
- Hamschmidt, J. y Pirson, M. (2011): *Case studies in social entrepreneurship and sustainability*. Greenleaf Publishing, Sheffield
- Juan Pablo II (1987), *Sollicitudo Rei Socialis*, Encíclica, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 2 Junio 2016).
- Juan XXIII (1961), *Mater et Magistra*, Encíclica, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 2 Junio 2016).
- Juan XXIII (1963), *Pacem in Terris*, Encíclica, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (accedido 2 Junio 2016).
- Kimakowitz, E.; Pirson, M.; Spitzack, H; Dierksmeier, C. and Amann, W. (2011): *Humanistic Management in Practice*. Palgrave Mc Millan, Hounmills.
- León XIII (1891): *Rerum novarum*, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 2 de Junio 2016).
- Lubich, Ch. (2007): *Essential Writings: Spirituality, Dialogue, Culture*. New City Press, New York.
- Mundell, J.A. (2011): "The economy of communion businesses and corporate social responsibility", conferencia pronunciada en el Congreso *The Economy of Communion and the African Economic Vocation – Theory and Best Practice*, Catholic University of Eastern Africa, Nairobi, Kenya.
- Pablo VI (1967): *Populorum Progressio*, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 8 de Marzo 2016).
- Pío XI (1931): *Quadragesimo Anno*, Encíclica, disponible en <http://www.papalencyclicals.net/all.htm> (consultado 8 de Marzo 2016).
- Robbins, L. (1932): *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, MacMillan and Co Ltd, Lodon.
- Smith, A. (1776): *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Strahan y Cadell, London
- Thatchenkery, T.; Cooperrider, D.L. and Avital, M. (2010): *Positive design and Appreciative Construction: From Sustainable Development to Sustainable Value*. Emerald Books, Bingley.

- Uelmen, A. (2010): "Caritas in veritate and Chiara Lubich: human development from the vantage point of unity". *Theological studies*, 71: 29-45.
- Zamagni, S. (2002): "On the Foundation and Meaning of the 'Economy of Communion' experience", en Bruni, L. (ed): *The Economy of Communion: 130-140*, New City Press, NY.

Wall Street y la (ir) relevancia de la ética.

La formación del carácter de los analistas financieros

Ignacio Ferrero

Profesor de Business Ethics y Decano de la Facultad de Económicas y Empresariales de la Universidad de Navarra. Es miembro de the Academy of Management, the Society for Business Ethics, the European Business Ethics Network, y the Humanistic Management Network. Es Licenciado en Filosofía, Bachelor en Economía y Doctor en Economía Aplicada, los tres grados por la Universidad de Navarra.

jiferrero@unav.es

Marta Rocchi

Estudiante de Doctorado en Economía. Universidad de Navarra (España), Facultad de Económicas y Empresariales. Master en Economía por Sapienza University of Rome, Italia. Es miembro de the *Academy of Management* y *The Society for Business Ethics*.

marta.rocchi@me.com

RESUMEN

En el 2015, el filósofo escocés Alasdair MacIntyre, publicó un artículo provocadoramente titulado “The Irrelevance of Ethics”, donde argumenta que la formación ética no es sólo inútil sino que incluso puede llegar a convertirse en una desventaja insuperable para las personas que trabajan en el mundo financiero. MacIntyre argumenta que las cualidades que los mercados financieros exigen a un profesional de las finanzas son exactamente las contrarias de las que constituyen un carácter virtuoso. El presente trabajo usa la argumentación de MacIntyre como motivo para reflexionar sobre la conexión entre la educación de los agentes financieros y la práctica

profesional de las finanzas. En particular, la fase incubadora del carácter profesional, y del carácter moral, de los profesionales de las finanzas se da en las aulas de las escuelas de negocio y de las facultades de económicas y empresariales, donde precisamente hay una falta de formación humanista, en particular, una escasez de contenidos de antropología, ética e historia.

Este trabajo se propone, por un lado, dilucidar si tiene alguna utilidad la enseñanza de las disciplinas humanísticas en la formación académica de los profesionales de las finanzas; y por otro, si el fomento de las virtudes supone una ayuda o más bien un estorbo en el ejercicio práctico de las finanzas.

PALABRAS CLAVE

MacIntyre, ética financiera, carácter, analistas financieros, Wall Street, ética de la virtud.

CÓDIGO JEL/ JEL CODE

A22, A23, G20

WALL STREET AND THE (IR) RELEVANCE OF ETHICS. THE FORMATION OF THE CHARACTER OF FINANCIAL ANALYSTS

ABSTRACT

In 2015, the Scottish philosopher Alasdair MacIntyre published a provocatively article entitled "The Irrelevance of Ethics," where he argues that education in ethics is useless and even a potential harm to attain success as a trader in the financial sector. MacIntyre argues that the qualities that financial markets demand from a financial professional are exactly the opposite of what constitutes a virtuous character. This paper uses MacIntyre's argument as a reason to reflect on the connection between the education of financial agents and the professional practice of finance. In particular, universities and business schools are incubators of the professional training and the moral character of finance professionals, but precisely these institutions lack of humanistics disciplines as anthropology, ethics and history.

This paper aims, on the one hand, to elucidate if there is any use in teaching humanistic disciplines in the academic training of finance professionals; and, on the other hand, whether educating in virtue is a help or rather a hindrance in the professional practice of finance.

KEYWORDS

MacIntyre, financial ethics, character, financial analysts, Wall Street, virtue ethics.

1. INTRODUCCIÓN

Recientemente, el filósofo escocés Alasdair MacIntyre, publicó un artículo provocadoramente titulado “The Irrelevance of Ethics”, donde argumenta que la formación ética no es sólo inútil sino que incluso puede llegar a convertirse en una desventaja insuperable para las personas que trabajan en el mundo financiero. Del mismo modo que el entrenamiento que un boxeador recibe le dificulta convertirse en un experto violinista, la pretensión de llevar una vida virtuosa supondría un obstáculo prácticamente insalvable para tener éxito en las finanzas, al obedecer a lógicas irreconciliables (MacIntyre, 2015: 12).

Un refrendo a esta perspectiva la proporciona la famosa frase con la que Gordon Gekko, el “tiburón financiero” protagonista de la película *Wall Street* (1987), centró su discurso frente a los accionistas de su empresa: “greed is good”, que sintetiza la visión de que la codicia es el motor que mueve la economía. Esta sentencia, sin pretenderlo, se ha convertido en una especie de *leitmotiv* en la formación en las escuelas de negocios (Walker, 1992), y en el ejercicio de los profesionales del mundo financiero (Hoenig, 1999), configurando la mentalidad de miles de estudiantes durante décadas, así como la opinión que la población tiene sobre los agentes que operan en Wall Street (Bowman y Rugg, 2013).

En este artículo no queremos entrar en discusión acerca de la supuesta lógica codiciosa y egoísta del mundo de las finanzas ni, por tanto, con las tesis de MacIntyre, sino usar su argumentación como motivo para reflexionar sobre la conexión entre la educación de los financieros y la práctica profesional de las finanzas, con idea de concluir en alguna propuesta. Nuestra intención es doble: por un lado, dilucidar si tiene alguna utilidad la enseñanza de las disciplinas humanísticas en la formación teórica de los profesionales de las finanzas; y por otro, si el fomento de las virtudes supone una ayuda o más bien un estorbo en el ejercicio práctico de las finanzas.

Este doble propósito se enmarca en el clamor generalizado que se ha elevado tras la crisis financiera del 2008 de una mayor presencia de la ética en el mundo económico y financiero. Esta crisis ha provocado una extensa crítica a la gestión empresarial centrada prioritaria o exclusivamente en generar beneficio (EIU, 2013; Fox, 2013; Nielsen, 2010; Weitzner y Darroch, 2010), extendiendo la crítica a la formación de los managers (Beverungen et al., 2013; Podolny, 2009; Rasche et al., 2013; Wang et al., 2011). Siguiendo la tendencia actual en las ciencias sociales, la teoría empresarial ha buscado ser una ciencia al estilo de las ciencias naturales (Bennis y O’Toole, 2005; Ghoshal y Moran, 1996), pretendiendo convertirse en una disciplina amoral, técnica y científica, proponiendo a las finanzas como la esencia de la gestión empresarial (Ghoshal, 2005; Khurana y Nohria, 2008; Pontificio Consejo para la Justicia y la Paz, 2012). Consecuentemente la educación de los estudiantes y profesionales de la empresa y las finanzas ha procurado adoptar un modelo científico y utilitarista (Rocha y Ghoshal, 2006), excluyendo la presencia de la intencionalidad del agente (Bailey y Ford, 1996), produciendo, por tanto, profesionales libres de cualquier sentido de responsabilidad moral (Ghoshal,

2005), despreocupados del efecto de las decisiones sobre el bien común y el bienestar general de la sociedad (Pfeffer, 2016).

Como consecuencia de esta crítica, la presencia de las disciplinas humanísticas en los programas formativos en las facultades de económicas y empresariales así como en las escuelas de negocios, ha vuelto a ocupar un lugar central en la discusión (Rubin y Dierdorff, 2011), que ya tuvo en décadas precedentes (Evans y Marcal, 2005; Gioia, 2002; Weber, 2006).

Con este trabajo queremos contribuir a la búsqueda de una solución. Somos de la opinión que las soluciones verdaderamente transformativas tienen que originarse en la educación, y, en el caso de los analistas financieros, la incubadora del carácter moral y profesional es la universidad. Por eso queremos proponer un cambio en el modo cómo educamos hoy en la universidad y escuelas de negocio a los líderes futuros para que realmente aporten una diferencia positiva en el mundo del mañana.

2. LOS RASGOS DEL CARÁCTER MORAL DEL ANALISTA FINANCIERO

En el artículo ya citado sobre la irrelevancia de la ética, MacIntyre identifica cuatro rasgos que entran en la definición del carácter moral de cualquier persona, y que por tanto guardan relación con la profesión del analista financiero.

El primer rasgo definitorio es el **conocimiento adecuado y realista de uno mismo**. Este rasgo se basa en dos estudios de Winnicott (1964; 1971), pediatra y psicoanalista del siglo XX, en los cuales intenta identificar cuál debe ser la actitud de una madre en la educación de su hijo entre una exigencia rígida o una más indulgente. Los efectos de un tipo u otro de educación, según este autor, conducen a la formación de dos tipos de caracteres algo opuestos: por un lado, personalidades con una excesiva confianza en sí mismos, y por otro, personalidades tendentes a sopesar cada obstáculo de manera desproporcionada, fruto de una inseguridad personal. MacIntyre identifica como rasgo del carácter moral un templado realismo acerca de uno mismo, que denominaremos conocimiento de sí mismo.

El segundo rasgo del carácter moral es la virtud del **coraje**. En este caso la fuente de MacIntyre es Aristóteles en su *Ética a Nicómaco*. Aristóteles define el coraje como el punto medio entre la cobardía -falta de coraje provocada por el miedo a las consecuencias esperadas de las decisiones- y la temeridad -exceso de coraje provocado por no considerar las posibles consecuencias de las decisiones- (Aristóteles, 1985).

MacIntyre identifica el tercer y cuarto rasgo del carácter moral en relación con la consciencia que el agente tiene de la repercusión de sus acciones en los otros y en el contexto en el cual opera. En relación con los demás, el agente puede ser consciente que el interés propio no tiene porqué necesariamente ser incompatible con el interés de los demás, así como que la consecución de los bienes personales tampoco tiene que ser excluyente de la consecución

de bienes sociales. Puede darse, y de hecho se da muchas veces, una situación de *win-win* más que de *win-lose*. Este rasgo se puede denominar como **atención al contexto personal**. El cuarto rasgo guarda relación con el contexto temporal, en el sentido que el agente debe considerar su propia acción inserta en una dinámica temporal entre el pasado, el presente y el futuro, de tal modo que las decisiones sobre acciones presentes no se tomen sin integrarlas en una unidad narrativa, tanto individual como organizacional, que se extiende al pasado y al futuro. Este rasgo se puede denominar **consciencia de la historia** (MacIntyre, 2015: 9-12).

A continuación MacIntyre contrasta estos cuatro rasgos del carácter moral con las cualidades que los mercados financieros exigen a un analista o agente financiero. Para MacIntyre los agentes financieros se caracterizan por: 1) una excesiva confianza en sí mismos que les lleva a distorsionar el conocimiento real de sus capacidades y el acierto de sus decisiones ; 2) una manera de evaluar el riesgo que no distingue entre temeridad, coraje, y cobardía, siendo más bien tendentes a la temeridad; 3) una gestión desequilibrada de las relaciones con los demás, por la que priorizan de modo desproporcionado el beneficio personal o de los más allegados en perjuicio del resto; 4) una concepción temporal que confiere al presente una importancia desproporcionada, sin suficiente consideración del efecto de sus decisiones en el medio y largo plazo.

Recurriendo de nuevo al mundo cinematográfico como campo de ejemplos y estereotipos de la realidad, estos cuatro rasgos descritos por MacIntyre quedan de manifiesto al analizar la actuación de uno de los protagonistas de la película *Margin Call* (2011): John Tuld. Este personaje, interpretado por Jeremy Irons, consejero delegado de una empresa de valores, convoca en una reunión de urgencia a su consejo de administración en mitad de la noche alertado por uno de sus analistas. Esta alerta consiste en la alta exposición de algunos valores respaldados por hipotecas debido a un excesivo apalancamiento, de tal modo que si estos valores disminuyeran tan sólo un 25%, la empresa entera colapsaría al perder un valor mucho mayor que la capitalización de mercado de la propia empresa.

Tuld tiene que decidir si vender inmediatamente los activos tóxicos, aun sabiendo que son tóxicos e intuyendo los efectos devastadores que esta venta tendría, tanto por la diseminación del riesgo en todo el sector como por la destrucción de las relaciones con sus clientes y con sus contrapartes. Tuld plantea a su consejo de administración las tres estrategias posibles para tener éxito en el sector financiero: “be first, be smarter, or cheat”. Ser los primeros, los más listos, o sencillamente engañar. Después de largas horas de reunión analizando los pros y contras de las posibles alternativas, Tuld apuesta por ser los primeros en vender esos activos tóxicos, aunque esta venta implique encubiertamente un engaño, al no desvelar la verdadera naturaleza de los productos que van a “colocar” y el riesgo que llevan asociados.

Un sencillo análisis del comportamiento del consejero delegado revela los rasgos del carácter (in)moral que MacIntyre atribuye a los profesionales de las finanzas. En primer lugar Tuld muestra una excesiva confianza en sí mismo que le lleva a imponer su opinión y decisión a pesar de las múltiples objeciones que le ponen los analistas más experimentados de la firma. En segundo lugar puede ser considerado un temerario al tomar una decisión sin pon-

derar adecuadamente, aunque las intuye, las peligrosas y perjudiciales consecuencias que probablemente se producirán, especialmente en el conjunto de los mercados financieros y consiguientemente en la sociedad. En tercer lugar, Tuld no presta atención al contexto personal, al ignorar los efectos negativos que esta venta tendrá en aquellos incautos a los que conseguirá colocar los activos tóxicos, así como en sus contrapartes. En último lugar, tampoco evalúa suficientemente el contexto histórico al considerar la decisión casi exclusivamente volcada en el momento presente, en el corto plazo, en el que “la música ha dejado de sonar”, obviando el prestigio histórico de la compañía así como la credibilidad que esta venta puede suponer para el medio y largo plazo de la empresa.

Se puede considerar que la estrategia de salida de activos provocada por Tuld encarna los rasgos del carácter moral de los agentes financieros descrita por MacIntyre. Ahora, las preguntas pertinentes serían ¿dónde se ha formado John Tuld?; ¿cómo ha desarrollado sus hábitos decisionales?; ¿qué estructura tiene su toma de decisiones para que con tanta firmeza y seguridad apueste por algo abiertamente en contra del bien común?

Este ejemplo, ficticio pero con trazas de representar el comportamiento de muchos analistas y agentes financieros implicados en las cadenas de decisiones que provocaron la crisis financiera actual, nos sirve para poner sobre la mesa la cuestión de cómo evitar que esto vuelva a suceder. Cada uno de estos casos, lamentablemente demasiado frecuentes, supone una llamada a la reflexión sobre los procedimientos que la sociedad debe implementar para ayudar a formar la lógica y el carácter moral de los analistas y agentes financieros, con idea de superar estos negativos rasgos de carácter transformándolos en hábitos contrarios, es decir, positivos.

Pensamos que sería un error buscar la solución confiando exclusivamente en una mayor regulación elaborando un detallado sistema de leyes, códigos, penas y multas, o en otras soluciones arbitradas por las instituciones reguladores y supervisoras. Como hemos comentado más arriba consideramos que el ámbito en el que primero hay que incidir es en la educación universitaria (Velasquez et al., 2013).

3. HACIA UN ENFOQUE INTEGRAL Y EFECTIVO DE LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA EN FINANZAS

Recurrir al pensamiento de MacIntyre nos ha servido como guía para delinear cuatro rasgos esenciales que deberían formar parte del carácter moral de los profesionales de las finanzas. Sin embargo, según este autor, los rasgos presentes son precisamente los contrarios, cerrando la puerta a la posibilidad de gestar un carácter virtuoso en la práctica de esta profesión. Junto a esto, MacIntyre a su vez es muy crítico sobre la utilidad e incluso la conveniencia de la enseñanza de la ética en programas que preparen a carreras en el mundo de la economía y las finanzas.

Sin embargo, en nuestra opinión ni es inútil ni inconveniente la enseñanza de la ética, así como de otras materias humanísticas, en la formación de los analistas financieros, sino todo lo contrario. Son numerosas las voces que reclaman una amplia reflexión sobre la raíz ética, cultural y moral de la crisis económica y financiera del 2008 (EIU, 2013; Santoro y Strauss, 2012), reclamando una vuelta de las finanzas a sus orígenes como un servicio a la sociedad (Shiller, 2013). Se podrían citar muchos otros trabajos sobre las raíces morales de la crisis financiera, en la que se han puesto de manifiesto numerosas faltas de integridad por parte de los operadores, y muchas dinámicas viciosas en la manera cómo las instituciones financieras se estructuran y relacionan.

Debatir sobre la importancia de la educación en la formación del carácter y de la personalidad así como sobre la argumentación de una posible integración de las humanidades en los programas formativos en general excede el objeto de este artículo. Nuestro propósito se concreta en repensar cada uno de los rasgos –hábitos- del carácter moral de los profesionales de las finanzas con idea de conectarlos con la disciplina cognitiva que pueda contribuir efectivamente a su consolidación en el carácter de los analistas financieros. Esta tarea es la que llevaremos a cabo a continuación.

3.1. El conocimiento de sí mismo y la enseñanza de la antropología.

"Homo sum, humani nihil a me alienum puto" es una expresión del autor latino Terencio, que se ha convertido en slogan de la tradición humanista, y que se puede considerar como el inicio del conocimiento sobre uno mismo. Toda concepción acerca del propio ser debe partir de la consciencia de ser humano, y copartícipe, por tanto, de una misma naturaleza con el resto de los hombres y mujeres. Pero esta consciencia no puede ser aprehendida solamente a través de la mera percepción o del sentido común, y mucho menos por medio del estudio de tratados internacionales sobre los derechos comunes a la especie humana.

Este conocimiento ha de llegar al analista financiero, acostumbrado al lenguaje técnico y específico, por medio de un lenguaje igualmente categorizado y específico. La antropología filosófica, ciencia que estudia la configuración del ser humano, poseedora a su vez de una estructura rigurosa y analítica, debe ser el canal por el que el profesional de las finanzas entre en contacto con la reflexión sobre su naturaleza y condición. Sin embargo, constatamos que es la gran ausente en los programas de formación para los profesionales de empresas e instituciones financieras. Incluso, el debate sobre su presencia como disciplina en las escuelas de negocio o facultades de finanzas es prácticamente inexistente en la literatura académica.

La única excepción a esta norma la encontramos en la tradición cultural del humanismo cristiano, que propone el estudio sistemático de una antropología aristotélico-tomista, basada en la concepción del ser humano como un ser dotado de racionalidad y, por tanto, de libertad, con un destino universal hacia la felicidad que se basa en la consecución de una vida buena por medio de la adquisición de las virtudes (Sellés, 2006).

Precisamente, por su conexión y coherencia con la adquisición y práctica de las virtudes, consideramos que la antropología aristotélico-tomista es la adecuada en la educación universitaria.

3.2. La atención al contexto personal y la enseñanza de la ética.

El debate acerca de la enseñanza de la antropología en las facultades de económicas y empresariales o en las escuelas de negocio es prácticamente inexistente, sin embargo cuando pasamos al terreno de la ética de la empresa, contamos con una cierta tradición en la enseñanza de esta disciplina en estas instituciones (de George, 2005). No obstante, los motivos por los que se imparte esta materia son bien diversos: bien porque se desea proponer principios de acción éticamente coherentes; bien por generar una reputación ética; o bien por preferencias del claustro (de Los Reyes, Kim, y Weaver, 2016).

En la enseñanza de ética en el contexto económico y empresarial las escuelas dominantes han sido el deontologismo y el utilitarismo (Bowie, 1991; Collier, 1995; Donaldson y Dunfee, 1994; Duska, 1993; Ferrero y Sison, 2014; Kahn, 1990; Lahdesmaki, 2005).

El deontologismo se centra exclusivamente en el cumplimiento de normas y códigos, por mor del cumplimiento, sin hacer referencia al contexto o a los resultados. Así las decisiones y las acciones son realizadas de acuerdo a principios y normas generales. El utilitarismo, por el contrario, juzga las acciones por medio de un análisis coste-beneficio de sus consecuencias para el mayor número de gente posible, sin considerar normas o valores. A pesar de la extensión y alcance que han tenido estas dos escuelas en el pensamiento ético empresarial, en las últimas décadas han surgido muchas voces que acusan a estas doctrinas por un lado de ignorar el desarrollo personal del agente (Furman, 1990), y por otro de la escasa dimensión práctica de sus propuestas, ya que tanto un método como el otro son difíciles de usar en la toma diaria de decisiones, produciendo además managers demasiado despegados de las circunstancias que rodean a cada decisión (en el caso del deontologismo) o de los valores y principios que imperan en las organizaciones en favor del resultado (en el caso del utilitarismo) (Solomon, 1992). Estos detractores abogan más bien por la enseñanza de la ética basada en las virtudes y en el mejoramiento personal del agente (Marchese et al., 2002; Williams y Murphy 1990).

Coincidimos en que la ética de la virtud supera a las dos escuelas descritas, porque, por un lado, presta atención a los efectos de nuestras acciones y al contexto que circunda cada acción (a diferencia del deontologismo), y, por otro, considera la existencia de algunas normas éticas y principios que son válidos independientemente del contexto y de las consecuencias que se deriven (a diferencia del utilitarismo). Pero sobre todo encuadra la toma de decisiones en la búsqueda de la excelencia humana, de la felicidad del ser humano y del desarrollo personal, así como en la consecución del bien común en el ámbito social. En este sentido, el propósito de la empresa y el papel del directivo, y por tanto del liderazgo empresarial, es proporcionar un entorno en el que los seres humanos puedan adquirir y practicar las virtudes humanas y contribuir al desarrollo de la sociedad.

La ética de la virtud no es una corriente de pensamiento nueva. Sus orígenes se remontan a Sócrates, Platón, y sobre todo a Aristóteles. Sin embargo, en el mundo académico, la ética de la virtud había desaparecido prácticamente de la reflexión teórica sobre la ética hasta la publicación del artículo de Anscombe (1958).

La obra de Anscombe suscitó en la última mitad del siglo XX un vivo interés por la virtud en el ámbito filosófico, pero su aplicación al estudio de la empresa tardó algunas décadas más, produciéndose a comienzos de los noventa. Esta aplicación se vio favorecida por la publicación de la obra de MacIntyre, en especial por su libro "After Virtue" (1982). Desde entonces el interés por la ética de la virtud no ha hecho más que crecer (Dyck y Kleysen, 2001; Ferrero y Sison, 2014).

La ética de la virtud define la ética como el arte de vivir bien (Aristóteles, 1985), o como aquel "saber filosófico cuya misión es dirigir la conducta hacia el bien perfecto o fin último de la persona" (Rodríguez Luño y Belloq, 2014: 27). En este marco un hombre virtuoso desea el bien y, una vez adquirida la virtud y educado el afecto, lo hace sin demasiado esfuerzo. Aquí se manifiesta la relación con la antropología, ya que sólo puede conducirse hacia el bien aquel que se conoce a sí mismo y su configuración psico-afectiva. No hay por tanto ética sin antropología.

Del mismo modo que hasta el resurgimiento de la ética de la virtud, las escuelas dominantes eran el deontologismo y el utilitarismo, la literatura sobre la ética de las finanzas ha estado impregnada de un enfoque casi exclusivamente deontológico. Los manuales más completos sobre este tema utilizan un enfoque ético claramente orientado al cumplimiento –*compliance*– y el respeto a las normas (Boatright, 2010, 2014). Una de las fuentes más estudiadas y usadas en la enseñanza de la ética financiera es el *Standard of Practices* del Instituto CFA (*Chartered Financial Analyst*), que es un claro ejemplo de planteamiento normativista. Este enfoque puede parecer más sencillo en la aplicación, ya que al tener como punto de referencias las normas legales y estándares del sector financiero la ética parece resolverse en un ejercicio de discernir lo que es lícito o ilícito con referencia a estas normas y criterios. Sin embargo este enfoque adolece de los defectos señalados, principalmente rigorismo al aplicar las normas sin atender a las circunstancias, y desinterés acerca del perfeccionamiento individual del agente. Además la ética no puede pretender ser como la geometría o las ciencias exactas, sino que se asemeja más bien a la navegación; hay reglas pero no están claramente definidas ni se pueden aplicar tal cual al mundo real, han de pasar por el análisis individual (Aristóteles, 1985), y como decimos, por el tamiz de un estudio de las circunstancias y de las posibles consecuencias de las decisiones (Arjoon, 2007).

Nuestra propuesta para la enseñanza de la ética en el ámbito financiero se enmarca en la ética de la virtud, siguiendo a otros muchos autores (De Bruin, 2015; Dobson, 1997; Ferrero y Rocchi, 2016; Ferrero y Sison, 2015; Robson, 2015).

3.3. La consciencia de la historia y la enseñanza de la historia.

En relación a la formación de los analistas en la adecuada evaluación de sus decisiones en un contexto temporal, la enseñanza de la historia aparece como un elemento clave. Ésta proporciona una consideración equilibrada de la relación entre el corto y el largo plazo, así como ayuda a la inserción de cada decisión en la unidad narrativa individual y organizacional, es decir, en la vida personal y de la empresa, enmarcada en pasado y proyectada hacia un futuro.

Una educación financiera demasiado teórica, ocasiona que los agentes y analistas a la hora de abordar los problemas financieros con más facilidad ignoren circunstancias y aspectos que enmarcarían esa decisión en un contexto global, lo que les puede conducir en numerosas ocasiones a decisiones equivocadas. Por este motivo, algunas compañías financieras prefieren contratar excelentes graduados en humanidades de las mejores universidades y proporcionarles ellos mismos el conocimiento técnico financiero, habiendo asegurado previamente que son personas con flexibilidad mental y visión integral. Un ejemplo es el reciente informe de Morgan Stanley, en el que afirman que últimamente están contratando estudiantes de disciplinas distintas a las finanzas y la economía, para tener perspectivas distintas y contar con “out of the box thinkers” en la toma de decisiones (Morgan Stanley, 2016).

Sin embargo, la enseñanza de la historia en las facultades de económicas y empresariales, finanzas y escuelas de negocios, no está en su mejor momento, ni tiene visos de mejorar su situación. Hay una leve presencia de la disciplina historia del pensamiento económico en los programas académicos. Esta materia tiene la ventaja de ofrecer a los estudiantes una ventana al mundo de la historia de las ideas inserta en los acontecimientos históricos. El enfoque de esta materia puede variar de una concepción más profunda analizando las raíces antropológicas de las escuelas de pensamiento económico (Schumpeter, 1994; Termes, 2001), a una revisión de lecturas de los clásicos de la historia del pensamiento económico. Así mismo, resulta de extraordinario interés para futuros agentes y analistas financieros, la lectura de textos acerca de la historia de las finanzas, como por ejemplo la historia de las finanzas y del capitalismo financiero (Neal, 1991, 2015) o la historia del capitalismo (Mueller, 2012).

4. LAS FINANZAS Y LA ÉTICA DE LAS VIRTUDES: LA FORMACIÓN DEL CARÁCTER DEL ANALISTA FINANCIERO EN LAS AULAS UNIVERSITARIAS.

Como ha quedado patente en el desarrollo anterior, hemos dejado para el último lugar la relación que guarda el coraje en la evaluación de las consecuencias y del riesgo de las decisiones con la enseñanza de la disciplina respectiva. Este último lugar no es el último en importancia, sino que se debe a que esta evaluación será distinta en función del ámbito del que se trate, y dependerá principalmente del conocimiento técnico que se tenga de cada materia. En el caso que nos ocupa en este trabajo dependerá por tanto del conocimiento acerca de la actividad financiera, de su fin y sentido así como las instituciones, productos y operaciones que la componen.

Para adentrarnos en este conocimiento podemos plantearnos un par de preguntas básicas acerca del sentido y fin de la actividad financiera, y si se ha mantenido este fin a lo largo de la historia de las finanzas.

En el manual clásico de economía de Samuelson y Nordhaus se define el sistema financiero como los canales que transfieren recursos de los ahorradores a los inversores. Estos autores

destacan cuatro funciones básicas en las finanzas: 1) transferencia de recursos a través del tiempo, de los sectores y de las regiones; 2) gestión de los riesgos de la economía; 3) agrupación y clasificación de los fondos en función de las necesidades tanto del inversor como del ahorrador; 4) provisión de un procedimiento para facilitar las transacciones entre compradores y vendedores (2010: 453-5). De modo similar, Greenwood y Scharfstein afirman que las finanzas se dirigen a facilitar los ahorros domésticos y corporativos; a asignar estos fondos el uso más productivo; a gestionar y distribuir el riesgo de las decisiones de ahorro e inversión; y a facilitar un sistema de pagos (2012: 104). Para Neal, hay dos factores que han conducido al desarrollo de las finanzas; el comercio a larga distancia, y la existencia de activos productivos de larga duración. Estos dos mercados han requerido algún tipo de provisión financiera que hiciera de puente entre el tiempo en el que se cierra un pacto y en el que se ejecuta realmente (2105: 15).

En estas sencillas definiciones acerca de las finanzas, como en muchas otras que podríamos citar, están presentes elementos comunes, que se podrían sintetizar en la "conexión entre tiempo y espacio con el fin de garantizar acuerdos comerciales y realizar actividades y proyectos que van más allá de la vida de una sola persona o una generación, y que se producen en lugares distintos y/o distantes". Podemos concluir que esta función de puente entre espacio y tiempo es una característica original y necesaria de las finanzas. Incluso en el mismo término "finanzas", cuyo origen etimológico es la palabra latina "*finis*", que significa "conclusión" o "finalidad", está presente la idea del fin como término, y se utiliza para expresar la buena conclusión de cuestiones controvertidas así como la finalización de contratos (Pianigiani, 1907).

En términos aún más sencillos, las finanzas se pueden definir como un puente entre las personas con proyectos empresariales pero con escasos recursos, y las personas con recursos dispuestas a ofrecerlos recibiendo a cambio un beneficio por la disponibilidad temporal de su dinero. Por tanto, la finalidad de las finanzas desde su inicio ha sido la realización de proyectos intergeneracionales y a largo plazo.

Un buen ejemplo del fin de la actividad financiera, incluso al margen de la existencia de un mercado de derivados, lo encontramos en las obras de Aristóteles, concretamente en su *Política*, donde cuenta cómo el filósofo Tales de Mileto, previendo una buena temporada de aceitunas, adquirió el derecho a utilizar los molinos de aceite y, cuando la demanda de molinos de aceite estaba en su pico en el momento alto de la temporada, ejerció este derecho, alquilando los molinos y ganando pingües beneficios. Esta maniobra, realizada hace 25 siglos, es un antecedente de las actuales operaciones especulativas: comprar barato y vender caro, tras un análisis de expectativas de crecimiento de la demanda en un mercado concreto o de un producto particular, con la consiguiente subida de precios (Aristóteles, 1990: 1259a).

Una vez respondida la primera pregunta que nos hacíamos al comienzo de este apartado, tenemos que cuestionarnos si las finanzas actualmente han mantenido esa función o se han alejado de su propósito inicial. Esta pregunta nos introduce directamente en el debate acerca de la financialización, proceso que ha generado muchas críticas al sector

financiero que se ha visto acusado de convertirse en un sistema autorreferencial, olvidándose del servicio a la sociedad.

La definición más simple y sencilla del proceso de la financialización es: “el giro en la economía capitalista de la producción hacia las finanzas” (Pontificio Consejo para la Justicia y la Paz, 2012: 9). Esta afirmación no implica que se haya abandonado la producción en favor de las finanzas sino que remarca el mayor peso que ha ido adquiriendo las finanzas en relación a la producción en el conjunto de la economía. De modo parecido concluyen varios economistas al intentar definir la financialización: creciente importancia de los mercados financieros, los motivos financieros, las instituciones financieras así como de las élites financieras en la operación de la economía y en sus instituciones tanto en el nivel nacional como internacional (Epstein, 2002); el aumento de actividad de entidades no-financieras en mercados financieros (Stockhammer, 2004); una tendencia de acumulación de beneficios procedentes de canales financieros más que del comercio y de la producción (Kripner, 2005); un proceso por el que los mercados financieros, las instituciones financieras y las élites financieras ganan influencia en la política económica y en los resultados económicos (Palley, 2007). En síntesis, la financialización se caracteriza por un desplazamiento de las finanzas sobre la producción en términos de importancia (Epstein, 2002, Kedrosky y Stangler, 2011), actividad y empleo (Assa, 2012; Stockhammer, 2004), beneficios (Freeman, 2010; Kripner, 2005), e influencia (Palley, 2007).

En sí mismo este crecimiento no ni bueno ni malo, ni aleja la actividad financiera de su propósito original. La gran mayoría de los economistas coinciden en que las finanzas han impulsado el crecimiento, han promovido el emprendimiento y han favorecido la educación (Zingales, 2015). El problema surge cuando este aumento en importancia, actividad, beneficio e influencia de las finanzas abre la puerta o son consecuencia de actividades que por su naturaleza se alejan del sentido originario de las finanzas, transformándose en las llamadas *rent-seeking activities*, es decir, operaciones que buscan el lucro por el lucro al margen de cualquier beneficio social (Zingales, 2015). Precisamente el límite entre una actividad financiera enmarcada en el servicio a la sociedad y una actividad centrada y volcada sobre el exclusivo beneficio personal hay que buscarlo en la intención del agente, en su interioridad. La actividad financiera pierde pie, en el sentido de que se aleja de su fin originario, cuando la motivación que conduce a sus agentes se centra exclusivamente en su propio beneficio cortoplacista, excluyente de otro interés social y desconectada de los proyectos que daban sentido a la actividad financiera (Sison y Ferrero, 2017).

En este contexto, y bajo un punto de vista formativo, es importante cultivar aquellos conocimientos intelectuales propios de la disciplina financiera que permitan identificar a los estudiantes las buenas de las malas prácticas, tanto en su perspectiva meramente técnica como en su inserción en una actividad útil a la sociedad; y aquellos hábitos del carácter moral que permitan a los estudiantes decidir acertadamente frente a los diversos dilemas éticos que la profesión les ofrecerá.

Con respecto al conocimiento intelectual, un buen analista financiero tiene que saber sobre todo de finanzas. Probablemente muchas personas pueden llegar a tener un conocimiento

profundo de la naturaleza humana por medio del estudio de la antropología filosófica y de la psicología, pero esto no las convierte en buenos analistas. Necesitan de un refinado conocimiento técnico. En este sentido, el único camino es el estudio de las materias técnicamente financieras. Por el carácter casi evidente de esta afirmación, no vamos a extendernos más.

Con respecto a los hábitos morales, lo primero que tenemos que decir es que nos referimos propiamente las virtudes. Como hemos comentado más arriba, la ética de la virtud es un enfoque ético que busca el desarrollo y perfeccionamiento del ser humano por medio de la adquisición de unos hábitos –virtudes– que facilitan la consecución del bien por medio de decisiones acertadas, y el conjunto de estas decisiones permiten conducir la vida como unidad narrativa hacia la conquista de la felicidad. Por tanto, la virtud se puede definir como una disposición habitual del carácter libremente adquirida por medio de la repetición de actos, que capacita al agente a percibir, deliberar, decidir, actuar adecuadamente en cada situación, a la vez que experimenta afectivamente satisfacción en esa acción (Ferrero y Sison, 2014). Un elemento relevante en esta definición es la conexión de la virtud con la felicidad.

La mayor dificultad en este contexto radica en cómo educar la virtud. Hay un extenso debate sobre si es posible enseñar la virtud, enseñar al estudiante a ser virtuoso. No es nuestro propósito dilucidar esta cuestión. Sin embargo, coincidimos con un buen conjunto de autores que afirman la posibilidad de enseñar la virtud, fundamentalmente por medio de proporcionar a los alumnos ejemplos virtuosos que les permitan enfrentarse a situaciones reales con guías de actuación ejemplares (Crossans et al., 2013; Dyck y Kleysen, 2001; Hartman, 2006; Mintz, 1996; Warnell, 2010).

Los casos de estudio son un método adecuado para provocar este tipo de situaciones y aprendizaje (Champoux 1999; Hosmer and Steneck 1989; Huczynski 2004; Painter-Morland et al. 2003). Este método implica enfrentarse a narrativas individuales de otras personas pero fácilmente aplicables o trasladables a las situaciones personales. Una de las misiones de la universidad es entrenar a los estudiantes no sólo a conocer sino también a actuar, conectando conocimiento y aplicación. En este sentido, los casos de estudio son especialmente adecuados para capacitar al estudiante a abordar, entender, y tratar con problemas de la vida diaria de la empresa y de las finanzas (Pearson, 1951).

Sea cual fuere el método elegido para enseñar a los estudiantes la práctica de la virtud, el objetivo debe ser facilitar a los estudiantes la familiarización con las virtudes, comenzando por las virtudes consideradas clásicamente como las fundamentales: prudencia, justicia, coraje, y templanza (Pieper, 1997).

La prudencia es la virtud que ayuda a la persona a elaborar un juicio de decisión oportuno en cada situación, adecuando los medios disponibles al fin establecido. La justicia es el hábito moral de dar a cada uno lo suyo, lo que se le debe. La templanza ayuda a integrar adecuadamente las pasiones en el actuar cotidiano, sin dejarse arrastrar por ellas; es la virtud de la moderación. El coraje es la disposición que ayuda al individuo a perseguir el bien con firmeza superando los obstáculos y dificultades.

En esta última parte del trabajo, vamos a ofrecer una sencilla ejemplificación, a modo de guía o pautas, para la enseñanza de estas cuatro virtudes en un contexto financiero aplicándolas a diversas cuestiones financieras, que podrían constituir una propuesta de índice para la enseñanza de una asignatura de ética financiera.

La prudencia es la virtud útil a los agentes y analistas financieros para:

- Gestionar correctamente las informaciones –respetando la confidencialidad de los clientes, colegas y otras organizaciones-;
- Aprobar decisiones de concesión de préstamos alcanzando un balance entre el riesgo y seguridad, y asegurando la idoneidad del posible prestamista;
- Analizar el reciente proceso de concesión de hipotecas *subprime*, así como la extensión del riesgo por medio de la titulización de los activos, las *Credit Debt Obligations* (CDO) y las *Mortgage Backed Securities* (MBS);
- Arbitrar los conflictos de interés, combinando el interés del cliente con el de la compañía;
- Considerar el papel de las agencias de rating en sus análisis y recomendaciones, y hasta qué punto los asesores han de seguir estas recomendaciones;
- Tener en cuenta la opacidad, complejidad y transparencia de los productos financieros;
- Analizar la composición adecuada de la cartera de activos de los clientes así como de las posiciones que la compañía toma en los distintos activos.

En general, la prudencia entra en acción en todas aquellas decisiones en las que haya que arbitrar medios en la consecución de un fin, de aquí que sea históricamente considerada como el auriga del resto de las virtudes, orquestando todos los procesos de decisión.

La justicia en su afán de dar a cada uno lo suyo, debe estar presente en:

- Las decisiones que guarden relación con los demás, evitando cualquier acto que no respete la propiedad ajena, aunque sea veladamente, por ejemplo: robo, apropiación indebida, fraude, malversación, o cualquier otra forma de engaño;
- Las cuestiones relacionadas con la verdad y la transparencia en la información, la difusión de información reservada, así como también en la protección de la reputación del cliente y de la corporación. En este campo entra también la protección de los secretos profesionales, el mal uso de la información privilegiada, el manejo de información material considerada no pública, etc.;
- Otros problemas de abusos sobre el cliente cada vez más frecuentes relacionados con las comisiones como el *churning* –excesivas o inapropiadas operaciones comerciales por parte del agente financiero con el único objetivo de cobrar comisiones-; *twisting* –convencer a los tenedores de seguros de comprar nuevas pólizas que no añaden nada significativo a la antigua, nada más que generar un beneficio para el agente-; *flipping* –la misma práctica que el *twisting* pero referidos a préstamos para el consumo-, etc.;

- Lavado de dinero por el que se transforman ganancias monetarias derivadas de una actividad ilegal en activos legales;
- Evasión de capitales acudiendo a paraísos fiscales o a la contabilidad creativa;
- Actual debate sobre la excesiva compensación a los ejecutivos por medio de bonuses, *stock options* y *golden parachutes*, y en algunos casos la excesiva tasación estatal.

Todas estas cuestiones apelan a la virtud de la justicia en las relaciones comerciales.

El coraje es el requisito para actuar firme e inmoviblemente según unos valores frente a las dificultades. Esta virtud se hace especialmente necesaria en:

- La gestión de crisis, quiebras, concurso de acreedores, etc., así como en reestructuraciones internas después de estas situaciones;
- El proceso de creación y consolidación de una cultura corporativa, y de la búsqueda de identidad corporativa en situaciones difíciles;
- Inversión en start-ups;
- El comportamiento gregario por el que por el miedo a quedar significado siguiendo decisiones distintas a las de la mayoría de los compañeros, un agente puede perjudicar a su cliente o, cuando se agregan todas estas decisiones, provocar riesgos sistémicos;
- Casos de fusiones y adquisiciones y otras alianzas.

La templanza como virtud que modera y conforma el dominio de sí mismo, ayuda al agente y analista financiero en:

- Moderar el deseo de enriquecimiento personal y corporativo, equilibrando la asunción de riesgos sin quedar obnubilados por el afán de ganancia.
- Asumir riesgos en función del perfil del amor al riesgo del cliente
- Gestionar el riesgo identificando, evaluando, mitigando y gestionando los diferentes riesgos: estratégico, reputacional, operacional, financiero, o de cumplimiento;
- Gestionar la composición del portfolio de activos y su diversificación.

La templanza es la virtud que da la respuesta adecuada en cada situación a la pregunta, ¿cuánto es suficiente? Tanto en ganancias, como en asunción de riesgos, como en concesión de préstamos, como en cobro de comisiones, como en los incentivos que se ofrecen a los trabajadores, etc.

Evidentemente los elencos anteriores no son sino una sencilla muestra de qué cuestiones y en qué contextos se puede abordar la enseñanza de las virtudes en la forja del carácter de los analistas y agentes financieros. Los elencos no son claramente exhaustivos, ya que no tiene sentido intentar agotar todas las posibilidades debido a que la variedad de situaciones y circunstancias que ofrece la vida real es suficientemente amplia como para que sea imposible

recoger aquí toda la casuística. La formación en virtudes no pasa por plantear todos los posibles casos y ver cómo actuar en cada uno de ellos, sino ofrecer algunos casos y modelos que ayuden a los estudiantes a razonar y conocer la dinámica de las virtudes, familiarizándose con ellas, y conocer la incidencia que tienen éstas en la configuración personal del carácter, y por tanto, del destino de su vida.

A continuación ofrecemos un cuadro sintético de la integración de las disciplinas académicas en un programa formativo, en función de los rasgos comentados que forman parte del carácter personal y con sus correspondientes aplicaciones al analista financiero, según McIntyre, autor que nos ha servido como ocasión para la elaboración de este trabajo.

Rasgos del carácter moral	Rasgos del carácter de los profesionales de las finanzas	Disciplinas académicas dirigidas a la formación del analista financiero
Conocimiento de sí mismo	Excesiva confianza en sí mismos	Antropología
Coraje	Inadecuada y, a veces, temeraria, evaluación del riesgo	Disciplina propia de cada ámbito de las finanzas
Atención al contexto personal	Planteamiento competitivo, con búsqueda exclusiva del beneficio personal	Ética
Atención al contexto temporal	Enfoque cortoplacista	Historia

5. CONCLUSIÓN

Una reflexión sobre el trabajo de los analistas y agentes financieros situada en el contexto posterior a la crisis financiera más global que ha sufrido la humanidad debe abordar necesariamente la cuestión acerca de cómo se han formado estos profesionales.

Aunque son casi innumerables las voces que han criticado la cultura subyacente en los agentes económicos e instituciones, caracterizada por falta de ética, por un excesivo enfoque hacia el corto plazo, por cierta estrechez de miras centrada en el exclusivo beneficio personal, etc., queremos distanciarnos ligeramente de esta crítica, al menos no achacar a estas personas toda la culpa. Consideramos que la formación universitaria que mayoritariamente se ha impartido a los profesionales de la economía, la empresa y las finanzas adolece de una pedagogía, estructura y epistemología necesaria para formar a los estudiantes y futuros agentes económicos en comportamientos éticos. Estos comportamientos, reclamados una y otra vez por la sociedad, sólo serán posible si la educación, junto con las respuestas al qué y al cómo aborda también los porqués (Hühn, 2014), y esta respuesta viene necesariamente de las disciplinas humanísticas en su conjunción con las materias técnicas. Junto a esta enseñanza humanística, hay que procurar que los estudiantes conozcan el papel que las virtudes juegan en la formación de su carácter, aspecto necesario para que la teoría se convierta en acción.

Ninguna transformación radical parte desde las consecuencias sino desde los orígenes. Sin obviar el papel que deben jugar las instituciones supervisoras y reguladoras, así como las asociaciones profesionales de analistas financieros e instituciones europeas e internacionales, nuestra propuesta, es entrar en las aulas de las universidades donde los agentes y analistas financieros se forman para que en esas circunstancias piensen y maduren la necesidad de ser íntegramente éticos tanto por una cuestión de felicidad personal como por éxito profesional. Este proceso es desde luego más lento, que la aplicación inmediata de normas, protocolos y códigos, pero los resultados prometen ser más eficaces y duraderos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anscombe, G.E.M. 1958. 'Modern Moral Philosophy.' *Philosophy*, 33:124, 1-19.
- Aristóteles . 1985. *Nicomachean Ethics* (Irwin, T., trans). Indianapolis, IN: Hackett Publishing Company
- Aristóteles. 1990. *The Politics* (Everson, S., ed). Cambridge: Cambridge University Press.
- Arjoon, S. 2007. "Ethical Decision-Making: A Case for the Triple Font Theory", *Journal of Business Ethics*, 71(4), 395-410.
- Assa, J. 2012. "Financialization and its consequences: the OECD Experience", *Finance Research*, 1(1), 35-39.
- Bailey J. & Ford, C. (1996). Management as science versus management as practice in postgraduate business education. *Business Strategy Review*, 7(4), 7-12.
- Bennis, W. G. & O'Toole, J. (2005). How business schools lost their way. *Harvard Business Review*, 83(5), 96-104.
- Beverungen, A., Dunne, S. & Hoedemaekers, C. (2013). The financialisation of business ethics. *Business Ethics: A European Review*, 22(1), 102-117.
- Biktimirov, E. N., & Cyr, D. (2013). Using Inside Job to Teach Business Ethics. *Journal of Business Ethics*, 117(1), 209-219.
- Boatright, J. R. (2010). *Finance Ethics. Critical Issues in Theory and Practice*. Hoboken, N.J.: Wiley. Retrieved from <http://public.eblib.com/EBLPublic/PublicView.do?ptilID=588941>
- Boatright, J. R. (2014). *Ethics in Finance* (Third edition). Somerset, NJ: Wiley Blackwell, Blackwell Pub.
- Bowie, N. E. (1991). Challenging the egoistic paradigm. *Business Ethics Quarterly*, 1(1), 1-21.
- Bowman, K., & Rugg, A. (2013). Five years after the crash: What Americans think about Wall Street, banks, business, and free enterprise. *Washington, DC: American Enterprise Institute*.
- Champoux, J. E. (1999), "Film as a teaching resource", *Journal of Management Inquiry*, 8(2), 206-217.
- Collier, J. (1995). The virtuous organization. *Business Ethics: A European Review*, 4(3), 143-149.
- Crossan, M., Mazutis, D., Seijts, G., & Gandz, J. (2013). Developing leadership character in business programs. *Academy of Management Learning & Education*, 12(2), 285-305.
- De George, R. T. (2005). A history of business ethics. In *Paper delivered at the third biennial global business ethics conference*. Santa Clara, CA: Markkula Center for Applied Ethics.

- De Bruin, B. (2015). *Ethics and The Global Financial Crisis: Why Incompetence Is Worse Than Greed*. Cambridge: Cambridge University Press.
- De Los Reyes, G., Kim, T. W., & Weaver, G. (2016). Teaching ethics in business schools: A conversation on disciplinary differences, academic provincialism, and the case for integrated pedagogy. *Academy of Management Learning & Education*. <http://doi.org/10.5465/amle.2014.0402>
- Dobson, J. (1997). *Finance Ethics: The Rationality of Virtue*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield Publishers. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=18578>
- Donaldson, T. & Dunfee, T. W. (1994). Toward a unified conception of business ethics: integrative social contracts theory. *Academy of Management Review*, 19(2), 252–284.
- Duska, R. F. (1993). Aristotle: a pre-modern postmodern? Implications for business ethics. *Business Ethics Quarterly*, 3(3), 227–250.
- Dyck, B. & Kleysen, R. (2001). Aristotle's virtues and management thought: an empirical exploration of an integrative pedagogy. *Business Ethics Quarterly*, 11(4), 561–574.
- EIU: Economist Intelligence Unit (2013) A crisis of culture: Valuing ethics and knowledge in financial services. Available at: <http://www.economistinsights.com/analysis/crisis-culture>.
- Epstein, G. 2002. "Financialization, Rentier Interests, and Central Bank Policy" (version June 2002), *Department of Economics and Political Economy Research Institute (PERI)*, University of Massachusetts, Amherst, MA.
- Evans, F. & Marcal, L. (2005). Educating for ethics: Business DBASs' perspective. *Business and Society Review*, 110(3), 233–248.
- Ferrero, I., & Rocchi, M. (2016). Teaching Ethics in Finance Curricula: Personal and Institutional Virtues in Financial Markets. In K. Ogunyemi (Ed.), *Teaching Ethics Across the Management Curriculum. Contributing to a Global Paradigm Shift*. (Vol. Vol. III, pp. 133–156). USA: Business Expert Press.
- Ferrero, I., & Sison, A. J. G. (2014). A Quantitative Analysis of Authors, Schools and Themes in Virtue Ethics Articles in Business Ethics and Management Journals (1980–2011). *Business Ethics: A European Review*, 23(4), 375–400. <http://doi.org/10.1111/beer.12057>
- Ferrero, I., & Sison, A. J. G. (2015). Aristotle and MacIntyre on the Virtues in Finance. In A. J. G. Sison (Ed.), *Handbook of Virtue Ethics in Business and Management* (pp. 1–9). Dordrecht: Springer Netherlands. Retrieved from http://link.springer.com/10.1007/978-94-007-6729-4_132-1
- Fox, J. (2013). What we've learned from the financial crisis - Five years later, how has theory adjusted? *Harvard Business Review*, 91(11), 94–101.

- Freeman, R. 2010. "It's financialization!", *International Labor Review*, 149 (2), 163-183.
- Furman, F. K. (1990). Teaching business ethics: questioning the assumptions, seeking new directions. *Journal of Business Ethics*, 9(1), 31-38
- Ghoshal, S. (2005). Bad management theories are destroying good management practices. *Academy of Management Learning and Education*, 4(1), 75-91.
- Ghoshal, S. & Moran, P. (1996). Bad for practice: A critique of the transaction cost theory'. *Academy of Management Review*, 21(1), 3-47.
- Gioia, D. (2002). Business education's role in the crises of corporate confidence. *Academy of Management Executive*, 16(3), 142-44.
- Greenwood, R., & Scharfstein, D. S. (2012). How to Make Finance Work. *Harvard Business Review*, 90(3), 104-110.
- Hartman, E. M. (2006), "Can we teach character? An Aristotelian answer", *Academy of Management Learning and Education*, 5(1), 68-81.
- Hoenig, J. (1999). Greed is Good: The Capitalist Pig Guide to Investing. HarperBusiness.
- Hosmer, L., & Steneck, N. H. (1989), "Teaching business ethics: The use of films and videota", *Journal of Business Ethics*, 8(12), 929-936.
- Huczynski, A. (2004), "Theory from fiction: A narrative process perspective on the pedagogical use of feature film", *Journal of Management Education*, 28(6), 707-726.
- Hühn, M. P. (2014). You reap what you sow: How MBA programs undermine ethics. *Journal of Business Ethics*, 121(4), 527-541.
- Kahn, W. A. (1990). Toward an agenda for business ethics research. *Academy of Management Review*, 15(2), 311-328.
- Kedrosky, P. y Stangler, D. 2011. "Financialization and Its Entrepreneurial Consequences", *Kauffman Foundation Research Series: Firm Formation and Economic Growth*. http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/research%20reports%20and%20covers/2011/03/financialization_report_32311.pdf, accessed 30 January 2015
- Khurana, R. & Nohria, N. (2008). It's time to make management a true profession. *Harvard Business Review*, 86(10), 70-77.
- Kripner, G. 2005. "The Financialization of the American Economy", *Socio-Economic Review*, 3, 173-208
- Lahdesmaki, M. (2005). When ethics matters – interpreting the ethical discourse of small nature-based entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 61(1), 55-68.
- MacIntyre, A. C. (1977). Why Are the Problems of Business Ethics Insoluble? In W. M. Hoffman (Ed.), *Proceedings of the First National Conference on Business Ethics* (pp. 99-107).
- MacIntyre, A. C. (1984). Does Applied Ethics Rest on a Mistake? *The Monist*, 67(4), 498-513.

- MacIntyre, A. (1985). *After Virtue: A Study in Moral Theory*. London: Duckworth.
- MacIntyre, A. C. (2015). The Irrelevance of Ethics. In A. Bielskis & K. Knight (Eds.), *Virtue and Economy*. (pp. 7–21). Ashgate.
- Marchese, M. C., Bassham, G. & Ryan, J. (2002). Work-family conflict: A virtue ethics analysis. *Journal of Business Ethics*, 40(2), 145–154.
- Mintz, S. M. (1996), "Aristotelian virtue and business ethics education", *Journal of Business Ethics*, 15(8), 827–838.
- Morgan Stanley. (2016). Wanted: Non-Finance Recruits Who Can See the Forest from the Trees. Retrieved from <http://www.morganstanley.com/articles/wall-st-recruits-non-finance-degrees>
- Mueller, D. C. (Ed.). (2012). *The Oxford Handbook of Capitalism*. Oxford ; New York: Oxford University Press.
- Neal, L. (1991). *The Rise of Financial Capitalism: International Capital Markets in the Age of Reason*. Cambridge: Cambridge University Press. Retrieved from <http://ebooks.cambridge.org/ref/id/CBO9780511665127>
- Neal, L. (2015). *A Concise History of International Finance: From Babylon to Bernanke*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Nielsen, R. P. (2010). High-leverage finance capitalism, the economic crisis, structurally related issues, and potential reforms. *Business Ethics Quarterly*, 20(2), 299–330.
- Painter-Morland, M., Fontrodona, J., Hoffman, W. M. & Rowe, M. (2003), "Conversations across continents: Teaching business ethics online", *Journal of Business Ethics*, 48(1), 75–88.
- Palley, T. 2007. "Financialization: What it is and Why it Matters", *The Levy Economics Institute of Bard College*, Working Paper 525.
- http://www.peri.umass.edu/fileadmin/pdf/working_papers/working_papers_151-200/WP153.pdf, accessed 17 January 2015.
- Partnoy, F. (2010). Inside Job - The Official Teacher's Guide. Sony Pictures Classics. Retrieved from http://www.sonyclassics.com/insidejob/_pdf/InsideJob_Study_Guide.pdf
- Pearson, H. (1951), "The case method of instruction", *Harvard Educational Review*, 21(3), 175-192.
- Pfeffer, J. (2016). Why the assholes are winning: Money trumps all. *Journal of Management Studies*. doi: 10.1111/joms.12177.
- Pianigiani, O. (1907). *Vocabolario Etimologico della Lingua Italiana*. Albrighi & Segati.
- Pieper, J. (1997). *Las virtudes fundamentales* (Vol. 22). Ediciones Rialp.
- Podolny, J. M. (2009). Are business schools to blame? *Harvard Business Review*, 57, 62-67.

- Pontificio Consejo para la Justicia y la Paz. (2012). *Vocation of the Business Leader: A Reflection*. Rome: Libreria Editrice Vaticana.
- Rasche, A., Gilbert, D. U. & Schedel, I. (2013). Cross-disciplinary ethics education in MBA programs: Rethoric or reality? *Academy of Management Learning and Education*, 12(1), 71–85.
- Robson, A. (2015). Constancy and Integrity: (Un)measurable Virtues? *Business Ethics: A European Review*, 24, S115–S129. <http://doi.org/10.1111/beer.12103>
- Rocha, H. & Ghoshal, S. (2006). Beyond self-Interest revisited. *Journal of Management Studies*, 43 (3), 585-619.
- Rodríguez Luño, A., & Belloq, A. (2014). *Etica General* (7th ed.). Pamplona: EUNSA.
- Rubin, R. & Dierdorff, E. (2011). On the road to Abilene: Time to manage agreement about the MBA curricular relevance. *Academy of Management Learning & Education*, 10(1), 148-161
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics* (19th ed.). New: McGraw-Hill.
- Santoro, M. A., & Strauss, R. J. (2012). *Wall Street Values: Business Ethics and the Global Financial Crisis*. Cambridge ; New York: Cambridge University Press.
- Schumpeter, J. A. (1994). *History of Economic Analysis*. New York: Oxford University Press.
- Sellés, J. F. (2006). *Antropología para inconformes: una antropología abierta al futuro* (Vol. 528). Ediciones Rialp.
- Shiller, R. J. (2012). *Finance and the Good Society*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Sison, A.J.G. y Ferrero, I. (2017). "Is financialization a vice? Perspectives from Virtue Ethics and Catholic Social Teaching". In *Business Ethics after the Financial Crisis*. Cowton, C. (Ed). En prensa.
- Solomon, R. C. (1992). *Ethics and Excellence: Cooperation and Integrity in Business*. New York: Oxford University Press.
- Stockhammer, E. 2004. "Financialization and the Slowdown of Accumulation", *Cambridge Journal of Economics*, 28 (5), 719-741. doi: 10.1093/cje/beh032, accessed 9 November 2014.
- Termes, R. (2001). *Antropología del capitalismo* (2nd ed.). Madrid: Rialp.
- Velasquez, M., Andre, C., Shanks, S.J. and Meyer, M. (2013) *Can ethics be taught?* Available at <http://www.scu/ethics/practicing/decision/canethicsbe taught.html>.
- Walker, J. S. (1992). "Greed is good"... or is it? Economic ideology and moral tension in a graduate school of business. *Journal of Business Ethics*, 11(4), 273-283.
- Wang, L., Malhotra, D. & Murnighan, J. K. (2011). Economics education and greed. *Academy of Management Learning & Education*, 10(4), 643–660.

- Warnell, J. M. (2010), "An undergraduate business ethics curriculum: Learning and moral development outcomes", *Journal of Business Ethics Education*, 7, 63-83.
- Weber, J. (2006). Implementing an organizational ethics program in an academic environment: The challenges and opportunities for the Duquesne University Schools of Business. *Journal of Business Ethics*, 65(1), 23-42.
- Weitzner, D. & Darroch, J. (2010). The limits of strategic rationality: Ethics, enterprise risk management, and governance. *Journal of Business Ethics* 92(3), 361-372.
- Werner, A. (2014). "Margin Call": Using Film to Explore Behavioural Aspects of the Financial Crisis. *Journal of Business Ethics*, 122(4), 643-654.
- Williams, O. F. & Murphy, P. E. (1990). The ethics of virtue: a moral theory for marketing. *Journal of Macromarketing*, 10(1), 19-29.
- Winnicott, D. W. (1964). *The Child, the Family and the Outside World*. London: Pelican.
- Winnicott, D. W. (1971). *Play and Reality*. London: Tavistock.
- Zingales, L. (2015). Does Finance Benefit Society? *NBER Working Paper Series*, (Working Paper 20894).

Beneficios de la adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas en el proceso de internacionalización de las empresas españolas

Carmen Alba Ruiz-Morales

Carmen Alba Ruiz-Morales es licenciada en Derecho por la Universidad Autónoma de Madrid, LLM in Commercial Law por la Universidad de Bristol (Reino Unido) y Master en Gestión y Dirección de Marketing Global y Nuevos Mercados por la Universidad Camilo José Cela (UCJC). Actualmente es profesora del Departamento de Empresa de la Universidad Europea de Madrid y combina la actividad de consultoría en estrategia e internacionalización empresarial con la docencia en Universidades y Escuela de Negocios.

Sara Herrero Pérez

Sara Herrero Pérez es economista y Doctora en Economía por la Universidad Complutense y el Instituto Universitario Ortega y Gasset de Madrid. Desde 2008 es profesora de las Asignaturas Economía de la Empresa, Pensamiento Económico y Macroeconomía en la Universidad Europea donde dirige también un MBA en Dirección de Empresas.

Manuel Platero Jaime

Manuel Platero Jaime es Doctor en Organización de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid. Doble Licenciado en Economía y Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Europea de Madrid, MBA (EOI) y Máster en Comercio y Relaciones Económicas Internacionales (IEDE). Ha sido consultor y auditor en empresas como CAM, Unicaja y Deloitte. Actualmente es profesor del Departamento de Economía y Relaciones Internacionales de la Universidad Europea de Madrid.

RESUMEN:

El Pacto Mundial de Naciones Unidas es una de las mayores iniciativas empresariales internacionales de responsabilidad social corporativa. La red española de la iniciativa, es la red local con mayor número de firmantes a nivel mundial. A su vez, el proceso de internacionalización de la empresa española ha ido en aumento en los últimos años provocando que haya un gran número de compañías españolas operando en mercados internacionales. Estudios previos han planteado la relación entre el fenómeno de la internacionalización y la responsabilidad social corporativa de las empresas. En este trabajo se pretende analizar la percepción de las empresas españolas firmantes, sobre cómo les puede favorecer en su proceso de internacionalización, la adhesión a la iniciativa del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad Social Corporativa, Pacto Mundial de Naciones Unidas, Red Española del Pacto Mundial, Internacionalización Empresarial

CÓDIGO JEL/ JEL CODE

M14, M16

BENEFITS OF JOINING THE UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT ON THE INTERNATIONALIZATION PROCESS OF SPANISH FIRMS

ABSTRACT

The UN Global Compact is one of the biggest international CSR initiatives. The Spanish local network is the local network with the largest number of signatories worldwide. The internationalization process of Spanish firms has largely increased in the last years. Previous studies have examined the relationship between internationalization and CSR. This reserach intends to analyze the perception of the Spanish participants as regards the possible benefits that the initiative could have on the internationalization process of the firms.

KEYWORDS

Corporate Social Responsibility - United Nations Global Compact - Global Compact Spanish Local Network - Internationalization.

1. INTRODUCCIÓN

El Pacto Mundial de Naciones Unidas (PM) es una de las mayores iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) a nivel mundial. Desde su nacimiento en el año 2000, dicha iniciativa ha experimentado un rápido crecimiento, consolidándose como uno de los proyectos globales de mayor reconocimiento a nivel internacional (Waddock 2008, Arévalo *et al.*, 2013). En la actualidad más de 12.000 entidades, de 170 países, se han adherido al PM (8.000 empresas y 4.000 entidades no empresariales). En el caso español 2.600 organizaciones están vinculadas a él. Esto hace que la Red Española del Pacto Mundial (REPM), sea la Red Local con mayor número de firmantes del mundo (REPM, 2016).

Varios estudios han planteado la relación entre el fenómeno de la internacionalización y la RSC (Aguilera-Caracuel *et al.*, 2014). El número de empresas españolas con presencia en mercados internacionales es cada vez más elevado, siendo muy significativo el impacto de sus acciones comerciales en sus resultados corporativos y en los mercados donde opera (Navarro y García-Marzá, 2009).

Por todo ello, parece conveniente profundizar en el estudio de las consecuencias que pudiera tener la adhesión al PM por parte de las empresas, en los procesos de internacionalización.

2. ANTECEDENTES TEÓRICOS Y EMPÍRICOS

El presente artículo se estructura de la siguiente forma. Inicialmente se plantea una introducción que contextualiza el tema de estudio, exponiendo aquellos conceptos determinantes de la investigación. A continuación, se estudian los antecedentes teóricos y empíricos, para continuar describiendo la metodología que se ha utilizado en dicha investigación. Finalmente se exponen y analizan los resultados, así como sus implicaciones económicas y empresariales.

2.1. Internacionalización empresarial

La internacionalización implica la expansión de las empresas a través de fronteras nacionales con el objetivo de producir y vender productos y servicios (Hitt *et al.*, 1997).

El concepto de internacionalización ha sido objeto de estudio a lo largo de los últimos años y esto ha provocado una extensa literatura al respecto. Existe una variedad de propuestas explicativas sobre el fenómeno de la internacionalización desde distintas perspectivas analíticas (Villarreal, 2005). Algunos autores destacan principalmente la internacionalización como una estrategia corporativa de la empresa (Guisado, 2002; Pla y León, 2004). Otros destacan principalmente la internacionalización como una estrategia de crecimiento y desarrollo empresarial de las organizaciones (Luostarinen, 1979). Asimismo, se observa que unos de los componentes que se repiten en varias definiciones es que el proceso de internacionalización

es un proceso dinámico, entendido como un fenómeno de naturaleza evolutiva y gradual (Johanson y Wiedershein, 1975; Johanson y Vahlne, 1977; Johanson y Vahlne 1990; Vahlne y Nordström, 1993; Jarillo y Martínez 1991; Albaum *et al.* 1994; O’Grady y Lane 1996; Alonso 2005; y Rialp y Rialp, 2005).

La siguiente tabla muestra la evolución del concepto en los últimos años:

Tabla 1 Evolución reciente del concepto de internacionalización

Autores	Definición
Villarreal, 2005	“La internacionalización de la empresa es una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena de valor y a la estructura organizativa de la empresa, con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional, y basado en un conocimiento aumentativo”
Araya, 2009	“La internacionalización de empresas consiste en el proceso por el cual una empresa participa de la realidad de la globalización, es decir, la forma en que la empresa proyecta sus actividades, total o parcialmente, a un entorno internacional y genera flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) entre distintos países”.
Ortega y Espinosa (2015)	“La internacionalización es aquel proceso cultural del ámbito empresarial por medio del cual las empresas desarrollan capacidades para hacer negocios en diversos países que constituyen mercados distintos a su entorno geográfico natural”. Para estos autores puede implicar diversas actividades como exportación e importación de productos y/o servicios, implantación comercial a través de filiales o sucursales o inversión productiva en el exterior.

Fuente: Elaboración propia

2.2. El proceso de internacionalización de la empresa española

El proceso de internacionalización de la empresa española se ha impulsado principalmente desde la incorporación de España al proyecto europeo en los años 1986 y 1992 (García y Crecente, 2014). Desde principios de los 90 las empresas españolas han experimentado una progresiva internacionalización de sus actividades. Primero ha estado centrada en la búsqueda de clientes en mercados internacionales y, más adelante en el área productiva, mediante la inversión directa en el exterior (Buisán y Espinosa, 2007). Así, el comercio exterior y la inversión internacional de las empresas españolas se ha caracterizado por un proceso de fuerte crecimiento, haciendo que en las últimas décadas el número de empresas españolas que operan en mercados internacionales ha ido en ascenso (García y Crecente, 2014).

Según datos de la Secretaría de Estado de Comercio, las empresas españolas que dedicaron parte de su actividad a la exportación en el año 2014 fueron 147.731 empresas. Como se ha mencionado, otra forma de internacionalización empresarial es a través de la inversión directa en el exterior (Hollensen y Arteaga, 2010). En 2013 el INE contabilizó 4.760 filiales de empresas españolas en el exterior. En esta estadística se incluyen empresas dedicadas a la industria, la construcción, el comercio y los servicios no financieros. Estas actividades, y con la exclusión de los servicios no financieros, centran el universo de las empresas españolas en el exterior (García y Crecente, 2014).

2.3. Responsabilidad Social Corporativa

El concepto actual de RSC se desarrolló en los años 60, basado en la concepción de que las empresas tienen responsabilidades más allá de sus obligaciones legales, aunque su origen se remonta a 1800 en Estados Unidos bajo un formato de filantropía y donaciones corporativas (Ramos y Periañez, 2003).

En los años 60 se produce por tanto un cambio sustancial en el enfoque de las responsabilidades que ha de tener una empresa (Pérez *et al.*, 2008). Se pasa a considerar que la única responsabilidad de la empresa es obtener beneficios para sus accionistas (Friedman, 1962) a una visión más amplia y social del concepto (Luna y Fernández, 2007). Según este enfoque, las empresas deben participar en la mejora de la sociedad e ir más allá de los requerimientos mínimos establecidos por las responsabilidades económicas o legales (McGuire, 1963; Davis, 1973; Carroll, 1979, 1991; Bigné *et al.*, 2005; García de los Salmones *et al.*, 2007).

Para de la Cuesta y Valor (2003), la gestión de la RSC supone reconocer e integrar en la gestión de la empresa y sus operaciones las preocupaciones de índole social, laboral, medioambiental y de respeto a los derechos humanos. Con el objetivo de satisfacer dichas preocupaciones, las empresas generarán políticas, estrategias y procedimientos que además configurarán sus relaciones con sus interlocutores.

El Libro Verde de la Comisión Europea (2001) define la RSC como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con todos sus interlocutores”.

En España, el Foro de Expertos convocado por el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales desarrolló en 2007 con más detalle esta definición: “la Responsabilidad Social de la Empresa es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y su gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medio ambientales y de respeto de los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones. Una empresa es socialmente responsable cuando responde satisfactoriamente a las expectativas que sobre su funcionamiento tienen los distintos grupos de interés”.

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2010), la RSC conlleva el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.

La RSC puede definirse, por tanto, como la contribución activa y voluntaria al bienestar social, económico y medioambiental por parte de las empresas más allá de las exigencias legales (Kolk y van Tulder, 2010)

2.4. Pacto Mundial de Naciones Unidas

En todas las definiciones de RSC expuestas, se observa que ésta va más allá del mero cumplimiento de la ley. Por ello, con el objetivo de ayudar a las empresas en su gestión socialmente responsable, han aparecido iniciativas y pautas de actuación de la mano de organismos internacionales en el ámbito nacional e internacional (Bigné *et al.*, 2005). El PM es una de las iniciativas globales de mayor reconocimiento a nivel internacional (Waddock 2008, Arévalo *et al.*, 2013). En la actualidad cuenta con más de 12.000 entidades firmantes en 170 países, de las cuales 8.610 son empresas (United Nations Global Compact (UNGC), 2016).

El origen del PM se gestó el 31 de enero de 1999 en el World Economic Forum en Davos en la voz de Kofi Annan, Secretario General de la ONU. La iniciativa se materializó el 26 de julio de 2000 cuando Kofi Annan llamó a los responsables de las compañías a que se unieran a un gran pacto para llevar a la práctica el compromiso formulado en Davos un año antes (REPM, 2016).

El PM es una iniciativa de carácter voluntario donde la rendición de cuentas, la transparencia y el propio interés de los participantes son básicas y necesarias (Arévalo *et al.*, 2013).

El PM es una iniciativa internacional de Naciones Unidas que promueve la implantación de 10 Principios (ver Tabla 2) universalmente aceptados para promover la RSC en las áreas de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción, en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas (REPM, 2016).

Tabla 2: Los 10 Principios del Pacto Mundial

<p>DERECHOS HUMANOS</p> <p>PRINCIPIO 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.</p> <p>PRINCIPIO 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.</p>
<p>NORMAS LABORALES</p> <p>PRINCIPIO 3: Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.</p> <p>PRINCIPIO 4: Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.</p> <p>PRINCIPIO 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.</p> <p>PRINCIPIO 6: Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.</p>
<p>MEDIOAMBIENTE</p> <p>PRINCIPIO 7: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.</p> <p>PRINCIPIO 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</p> <p>PRINCIPIO 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.</p>
<p>ANTICORRUPCIÓN</p> <p>PRINCIPIO 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.</p>

Fuente: REPM, 2016

Los 10 Principios fueron seleccionados por su relevancia para la elaboración de normas internacionales, su importancia en el avance de los temas sociales y medioambientales y en el grado en el que tenían apoyo intergubernamental (Kell and Levin, 2002). Específicamente, los 10 Principios del PM en materia de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medioambiente y Anticorrupción gozan de consenso universal y se derivan (Kell and Levin, 2002) de los principios establecidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Declaración de la OIT relativa a los Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo, la Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo y la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción.

La iniciativa del PM ha servido para institucionalizar el diálogo y crear un entorno de discusión entre una serie de actores que no se habían comprometido antes a dialogar, y además, provee un espacio para compartir información a través de distintos mecanismos y herramientas con el objetivo de promover la implementación de los 10 Principios (Cetindamar y Husoy, 2007). Para Kell and Levin (2002), la idea principal detrás del PM es que la implicación voluntaria de las empresas en las cuatro áreas en las que se enmarcan los 10 Principios, puede promover la innovación y compromiso del sector privado en las citadas áreas de un modo en el que la legislación no ha sido capaz de hacer adecuadamente.

A diferencia de otras iniciativas, el PM no tiene la intención, ni la capacidad, de obligar o medir el comportamiento de las entidades firmantes (Ayuso *et al.*, 2016). Esta voluntariedad, en ocasiones, plantea controversia y, por ello, la iniciativa ha recibido ciertas críticas (Dasí *et al.*, 2015). El enfoque voluntario y la relación del PM con ciertas empresas multinacionales han sido el principal foco de crítica de la iniciativa (Whitehouse, 2003). Utting (2002) destaca, entre otras, las críticas a la iniciativa en relación a la falta de mecanismos de control que garanticen la implementación efectiva de los Principios.

En España la iniciativa del PM comienza su actividad de la mano de la Fundación Rafael del Pino en el año 2002, y es el 15 de noviembre de 2004 cuando se crea la Asociación Española del Pacto Mundial, actualmente conocida como la Red Española del Pacto Mundial (REPM).

La REPM cuenta actualmente con 2.600 entidades adheridas, de las cuales el 12% son grandes empresas, el 72% son pymes y el 16% son otro tipo de entidades (tercer sector, sindicatos/asociaciones empresariales e instituciones educativas) (REPM, 2016). La Red Española es, desde su creación, una de las primeras plataformas nacionales del Pacto Mundial y la Red Local con mayor número de firmantes. Su modelo de gestión y su estructura organizativa son muy avanzados. Destaca el tipo de actividades y las herramientas que utiliza para la implantación de los 10 Principios (REPM, 2016).

Se ha demostrado que las empresas firmantes del PM obtienen beneficios tanto sociales como económicos (Arévalo *et al.*, 2013; Centindamar y Husoy, 2007; Fussler *et al.*, 2014). Sin embargo, las razones por las que las compañías se adhieren a la iniciativa del PM y su impacto, varían (Arévalo *et al.*, 2013). Algunas compañías han identificado que formando parte de esta iniciativa incrementan sus oportunidades de *networking* y también mejoran su imagen corporativa (Centindamar y Husoy, 2007). Hay consenso en afirmar que los motivos para adherirse a la iniciativa están justificados por más de una razón, incluyendo motivaciones éticas y económicas (Cetindamar y Husoy, 2007; Runhaar y Lafferty, 2009, Janney *et al.*, 2009, Arévalo y Aravind, 2010 y Arévalo *et al.*, 2013). En relación a las razones que motivan la adhesión a la iniciativa en España, Ayuso y Roca (2010) inciden en la importancia de las motivaciones éticas muy por encima de otras consideraciones de tipo económico.

2.5. Relación entre PM, internacionalización y RSC

Diversos autores (Bansal, 2005; Perrini *et al.*, 2011) señalan las presiones recibidas por parte de los diferentes grupos de interés para que las empresas con presencia internacional lleven a cabo comportamientos socialmente responsables. Para Aguilera-Caracuel *et al.* (2014), las empresas internacionalizadas pueden optar por homogeneizar las iniciativas sociales en los diferentes países en los que opera la empresa y como resultado, las empresas lograrían reforzar su transparencia (Christmann, 2004) reputación y legitimidad (Bansal, 2005). Aguilera-Caracuel *et al.* (2014), destacan que la reputación y legitimidad tienen un gran peso especialmente en empresas con presencia internacional y están directamente vinculadas con la puesta en marcha de prácticas de RSC avanzadas (Fombrun, 1996).

Aguilera-Caracuel *et al.* (2014) destacan que la influencia de la internacionalización de las empresas en su RSC ha sido ampliamente debatida, habiendo diversidad de puntos de vista. Por un lado, hay autores que hablan de la complejidad y dificultad de implementar políticas de RSC en los diferentes mercados donde opera la empresa. Así, Peng *et al.* (2008), resalta que la internacionalización puede derivar en costes elevados de coordinación por el manejo de gran cantidad de información que proviene de entornos muy diversos. Van Raaij (1997), a su vez, destaca la dificultad de estandarizar prácticas de RSC debido al hecho de que las empresas tienen que interactuar con diferentes culturas; niveles de desarrollo económico diferenciado, así como satisfacer necesidades diversas de los grupos de interés. Por su parte, Surroca *et al.* (2013) destaca que determinadas empresas podrían llevar a cabo comportamientos sociales oportunistas localizando determinadas actividades en los países con legislaciones sociales y medioambientales más laxas. Por el contrario, hay trabajos de investigación que destacan que, a través de la internacionalización las empresas van a estar expuestas a mayor aprendizaje en materia social (Strike *et al.*, 2006) y medioambiental (Aguilera-Caracuel *et al.*, 2013). Así, Aguilera-Caracuel *et al.* (2014) destacan que la internacionalización puede permitir a las mismas adquirir conocimiento valioso proveniente de los diferentes mercados que redunde en una mejora sustancial de su desempeño social (Strike *et al.*, 2006).

La relación entre el PM, internacionalización y RSC ha sido analizada por diferentes autores (Ruggie, 2001; Thérien y Pouliot, 2006; Cetindamar y Husoy, 2007). Sin embargo, Rasche (2009) y Ayuso y Roca (2010) destacan que, aunque ciertas investigaciones exploran los factores que parecen influenciar la decisión de adherirse a la iniciativa, todavía son pocos los estudios empíricos sobre el impacto de esta iniciativa en las prácticas actuales de las empresas adheridas y la implementación de los 10 Principios en las empresas. El hecho de que haya escasa literatura al respecto se podría deber a que se trata de una iniciativa relativamente reciente (Cetindamar and Husoy, 2007) y la poca facilidad de acceso a datos. Los primeros estudios empíricos sobre la iniciativa se llevaron a cabo por McKinsey & Company (2004) y la *Global Compact Office* (UNGCO, 2007, 2009, 2010, 2012).

Uno de los estudios más recientes sobre la implementación del PM en las empresas españolas es el realizado por Ayuso *et al.* (2016). Entre otros aspectos, los autores investigaron

el hecho de si las empresas internacionalizadas estaban más motivadas a destinar recursos tangibles e intangibles a la implementación de los 10 Principios del PM. Pues bien, en contra de lo esperado, los autores encontraron que las empresas internacionalizadas se sienten menos inclinadas a emplear sus recursos en implementar los Principios del PM observando que la internacionalización de la empresa no tiene efecto positivo en la implementación de los Principios del PM.

Existe, por tanto, cierto consenso al considerar que faltan estudios exploratorios, y respuestas concluyentes sobre determinados aspectos relevantes que den luz a la relación entre RSC e internacionalización (González-Pérez y Leonard, 2015). Se debate, entre otras cuestiones, si las políticas de RSC tienen como objetivo incrementar la legitimidad social de las empresas en mercados internacionales, o si la adhesión a la iniciativa del PM puede disminuir el riesgo reputacional de las empresas.

González-Pérez y Leonard (2015) señalan que a día de hoy no existe consenso ni teórico ni empírico de una relación explícita y positiva entre RSC e internacionalización. Diversos estudios consideran que la RSC como una inversión porque puede aumentar la satisfacción de los empleados y su sentimiento de pertenencia y esto afecta a la productividad de la compañía y también puede afectar positivamente la percepción de los consumidores (Webber, 2008). Además, para Boehe y Barin (2010) implementar políticas de diferenciación en RSC tiene un efecto positivo en la exportación de las empresas.

3. OBJETIVOS

De la revisión de literatura se puede concluir que la relación entre PM y el proceso de internacionalización de las empresas suscita gran interés científico, pero hasta el momento no se ha profundizado lo suficiente en su estudio.

En base a la anterior conclusión, el presente artículo plantea como principal objetivo conocer la percepción de los beneficios empresariales derivados de la adhesión al PM en el proceso de internacionalización de las empresas españolas, a través de las siguientes preguntas:

- ¿consideran las empresas españolas firmantes del PM que la adhesión al mismo les ha beneficiado en su proceso de internacionalización empresarial?
- ¿consideran las empresas firmantes que ser socios de la Red Española les ha beneficiado en su proceso de internacionalización?

De las anteriores preguntas, se deriva la formulación de la hipótesis de la presente investigación:

La adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas beneficia a las empresas españolas en su proceso de internacionalización.

4. METODOLOGÍA

Para la realización del presente trabajo se ha llevado a cabo un estudio exploratorio descriptivo. En él se han estudiado los efectos que la adhesión al PM puede provocar en el proceso de internacionalización de las empresas españolas.

El periodo de estudio abarca de 2004 a 2014. La obtención de datos se ha realizado a través del envío de un cuestionario por parte de la REPM con motivo de su décimo aniversario. La recogida de datos tuvo lugar durante los meses de junio y julio de 2014.

Tabla 3: Ficha técnica de la muestra

Metodología de obtención de datos	Estudio exploratorio descriptivo
País	España
Ámbito sectorial	Multisectorial
Distribución por sector de actividad	
Población objeto de estudio	215 empresas
Periodo de análisis	2004-2014
Fuentes de información	Cuestionario REPM

De las 215 empresas que contestaron el cuestionario, el 47% estaban internacionalizadas. Entre las empresas internacionalizadas que contestaron la encuesta, el 45% eran pymes y el 55% grandes empresas.

VARIABLES DE ESTUDIO:

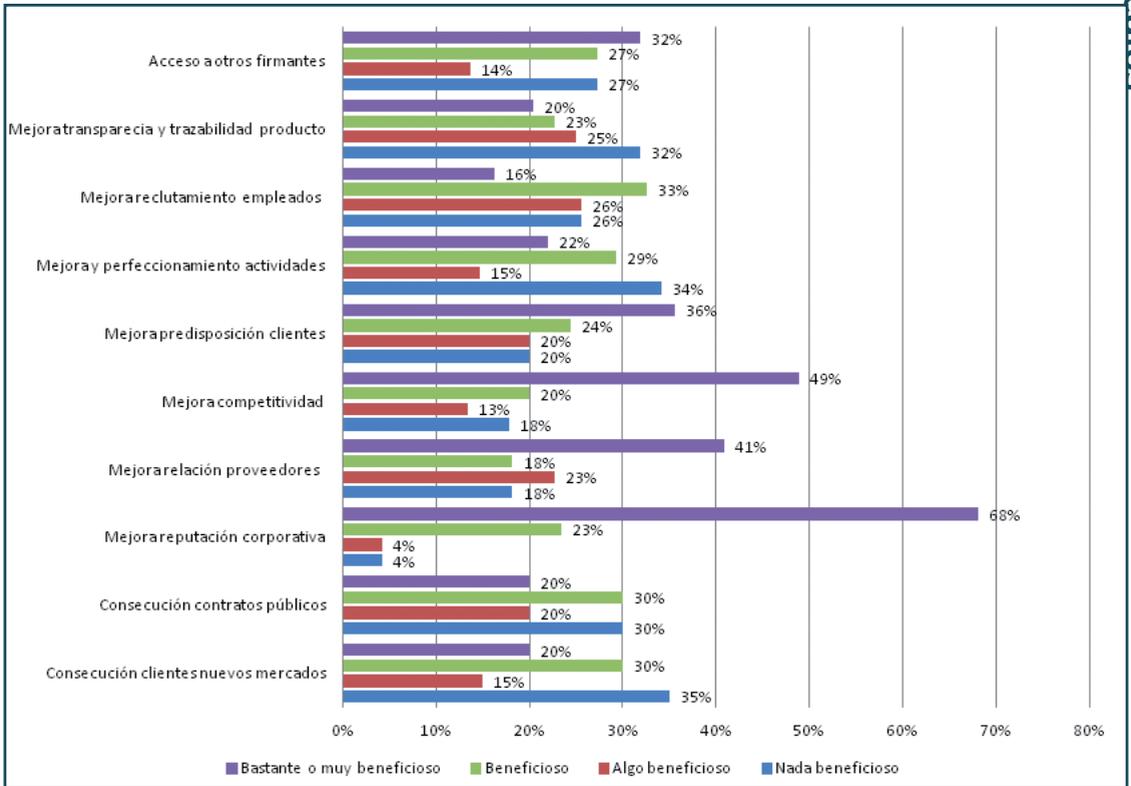
Las preguntas incluidas en el cuestionario trataban de conocer, entre otros temas:

1. La valoración respecto a cómo creen las empresas que les ha podido favorecer la pertenencia al Pacto Mundial en determinados aspectos de su proceso de internacionalización. Los aspectos planteados se podían valorar a través de una escala Likert siendo 1 nada beneficioso y 5 muy beneficioso. También se incluyó una opción "no aplica". Los aspectos que se incluyeron fueron: consecución de clientes en nuevos mercados; consecución de contratos públicos en otros países; mejora en la reputación corporativa; mejora de la relación con los proveedores en otros países; mejora de la competitividad; mejora de la predisposición de los clientes a la hora de negociar en otros países; mejora y perfeccionamiento de la coordinación en el desarrollo de las actividades de la entidad en otros países; mejora en el reclutamiento de empleados en otros países; mejora en la transparencia y trazabilidad de sus productos provenientes del exterior y, por último, acceso a otros firmantes (*networking*).
2. En qué medida consideran las empresas que ser socio de la Red Española del Pacto Mundial es beneficioso para su proceso de internacionalización. Las opciones de respuesta eran: de una manera significativa; de una manera moderada; de una manera mínima y de ninguna manera.

5. RESULTADOS

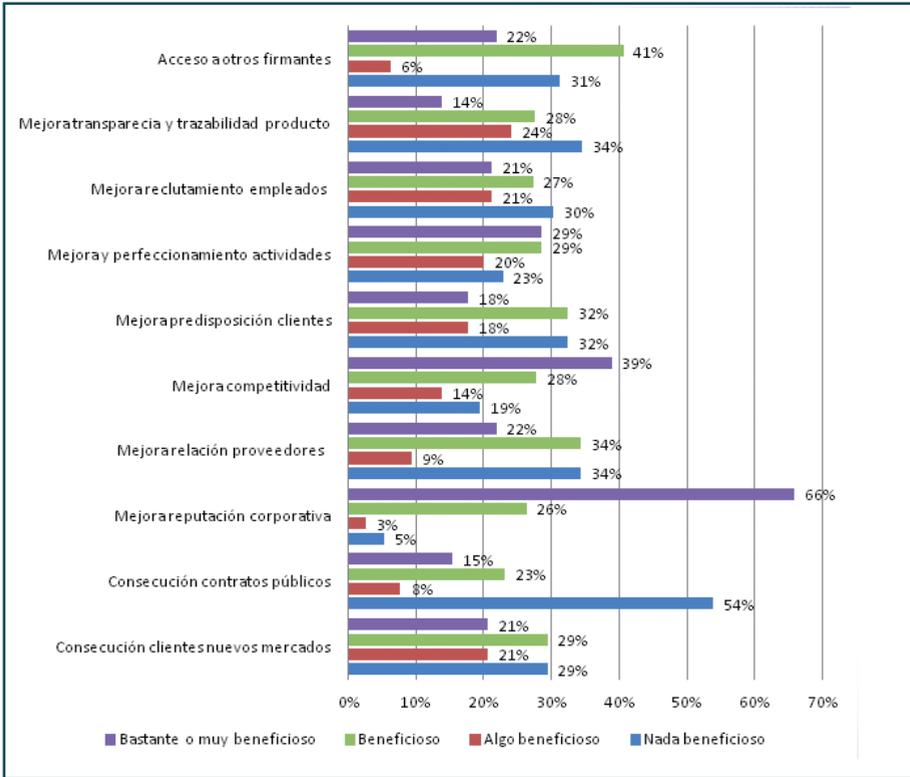
Como se puede observar en las figuras 1 y 2, tanto para las grandes empresas como para las pymes los aspectos más valorados han sido los mismos: la mejora en la reputación corporativa y la mejora en la competitividad a la hora de salir a mercados exteriores.

Figura 1. Beneficios adhesión PM proceso de internacionalización grandes empresas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del cuestionario enviado por la REPM

Figura 2. Beneficios adhesión PM proceso de internacionalización pymes

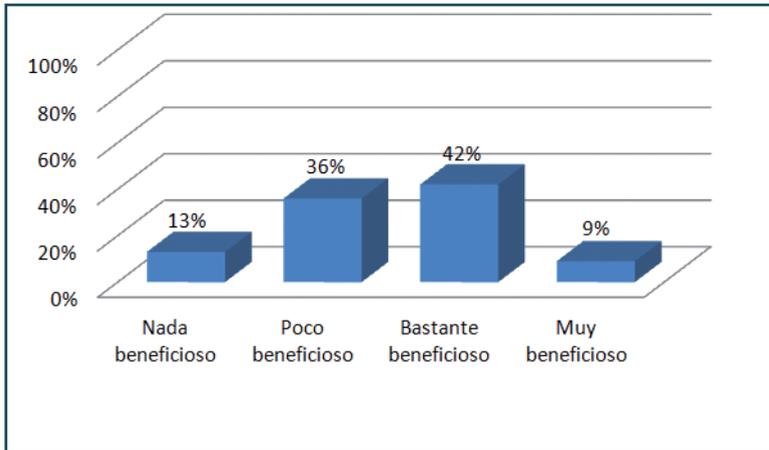


Fuente: Elaboración propia a partir de datos del cuestionario enviado por la REPM

Sobre los aspectos menos valorados, las empresas señalan diversas percepciones. Las grandes empresas destacan la consecución de clientes en nuevos mercados, y la mejora en la coordinación de las actividades en otros países. Para las pymes son, sin embargo, la consecución de contratos públicos en otros países y la mejora en la relación con los proveedores internacionales.

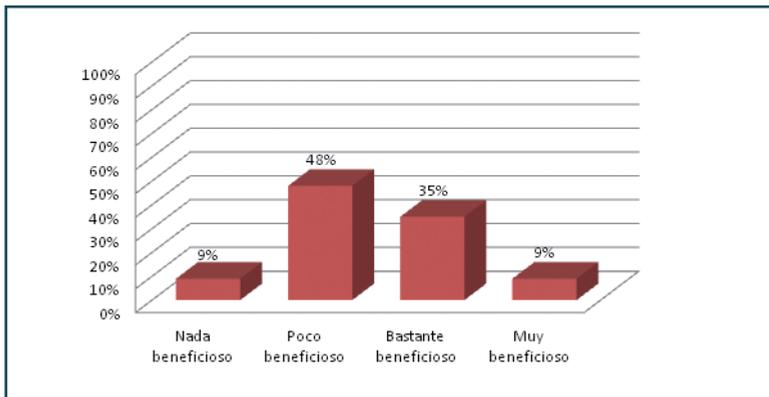
En relación al estudio sobre hasta qué punto ser socio de la REPM es beneficioso para el proceso de internacionalización de las empresas, tal y como se observa en la figura 3, la mayor parte de las grandes empresas ha señalado que ser socio les ha resultado beneficioso en el proceso de internacionalización. En cuanto a las pymes (figura 4) la mayoría afirma que ser socio de la REPM les ha ayudado de manera modesta al proceso de internacionalización. Por tanto, las grandes empresas consideran su afiliación ligeramente más beneficiosa que las pymes para su proceso de internacionalización.

Figura 3. Beneficios de ser socio de la REPM proceso de internacionalización grandes empresas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del cuestionario enviado por la REPM

Figura 4. Beneficios de ser socio de la REPM proceso de internacionalización pymes



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del cuestionario enviado por la REPM

Después del análisis de datos, se puede afirmar que hay evidencia cuantitativa para demostrar la validez de la hipótesis planteada. Las empresas reconocen, a través de las preguntas mencionadas anteriormente, que la adhesión al PM les beneficia en su proceso de internacionalización.

6. CONCLUSIONES

De la investigación realizada se deriva que:

1. Tanto las grandes empresas como las pymes afirman que la adhesión al PM ha sido beneficioso en su proceso de internacionalización.
2. La adhesión al PM por parte de las empresas internacionalizadas contribuye a mejorar la reputación corporativa de la empresa y su competitividad.
3. No se demuestra que ser socio de la REPM tenga efectos claramente beneficiosos para el proceso de internacionalización de las empresas. El porcentaje de empresas que afirman que es beneficioso es mayor entre las grandes empresas que entre las pymes.

Además, a través de la investigación realizada se podría contestar a una de las preguntas planteadas por los autores González-Pérez y Leonard (2015). En concreto a aquella que formulaban en relación a si la adhesión a la iniciativa del Pacto Mundial podría disminuir el riesgo reputacional de las empresas. Pues bien, el que las empresas objeto de este presente estudio consideren que la adhesión a la iniciativa contribuye a mejorar su reputación corporativa en su proceso de internacionalización, podría llevarnos a afirmar que sí se disminuye el riesgo reputacional de las empresas que operan en mercados internacionales.

Por otro lado, la implicación de las empresas en proyectos de RSC parece que ha tomado un camino sin retorno. La preponderancia de empresas españolas en la REPM es una muestra más de ello. También la internacionalización de la empresa, como forma de innovación (Andersen, 1993), ante una coyuntura económica internacional desfavorable, y con un mercado interior deprimido (especialmente a partir del año 2008) forma parte de la estrategia de las empresas españolas que necesitan diversificar sus ventas (Ortega, 2010).

No obstante, este estudio exploratorio pretende sentar las bases de nuevas investigaciones que aporten nuevas conclusiones al estudio de esta temática que, por otro lado, contribuirá a resolver y contrastar preguntas y cuestiones que otros autores han venido planteando en los últimos años al respecto.

7. LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

Una de las limitaciones del presente estudio es la modesta tasa de respuesta a la encuesta. Uno de los principales motivos es que ésta se realizó en época estival, período de especial relevancia en la falta de respuesta para las empresas de menor tamaño. La no respuesta es un fenómeno generalizado en la estadística muestral debido principalmente al hartazgo de las empresas, destinatarias de un número creciente de cuestionarios de distintas fuentes. La carga estadística es especialmente relevante para las empresas más pequeñas en las que no

hay recursos especializados en recabar y trasladar la información requerida con unos mínimos de calidad en los plazos establecidos. Obtener una ratio de respuesta entre un 11-20% en el campo de las Ciencias Sociales parece ser frecuente (Cetindamar y Arikan, 2004; McKinsey, 2004, Welford, 2004). Por ello, la respuesta obtenida se encuentra dentro del intervalo esperado en esta área de conocimiento.

Además, se deberá tener siempre presente la posible mayor implicación o mejor valoración, tanto del PM como de la REPM, de las empresas que han contestado satisfactoriamente el cuestionario, ya que parece razonable pensar, que las empresas que han contestado en tiempo y forma el cuestionario son aquellas que están más implicadas en todo lo que supone adherirse a la iniciativa.

En la revisión de la literatura se detecta que el tema de la presente investigación está en un estado incipiente por lo que sería conveniente seguir profundizando en este campo. El presente estudio se ha realizado para el periodo comprendido entre 2004-2014 por lo que hay empresas que se han adherido hace relativo poco tiempo frente a otras que son firmantes desde el origen o poco después. Por ello, hay empresas que han tenido un menor tiempo de implementación de los 10 Principios frente a empresas de adhesión anterior. Sería interesante plantear más adelante llevar a cabo un estudio similar para realizar un estudio temporal comparativo.

Además, según los resultados obtenidos, sería interesante investigar en futuros trabajos qué entienden las empresas, en este caso, por reputación corporativa y la relación que tiene ésta con la consecución de nuevos clientes. Es llamativo observar que el aspecto más valorado en las grandes empresas sea la mejora en la reputación corporativa y el menos valorado sea la obtención de nuevos clientes.

Asimismo, futuros estudios se podrían centrar en analizar qué diferencias existen en la percepción de beneficios entre aquellas empresas que tienen fábricas en el exterior frente a aquellas que tienen filiales comerciales, así como las posibles diferencias entre empresas que operan en países diferentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUILERA-CARACUEL, J., HURTADO-TORRES, N.E., ARAGÓN-CORREA, J.A. y RUGMAN, A.M., (2013). "Differentiated effects of formal and informal institutional distance between countries on the environmental performance of multinational enterprises". *Journal of Business Research*, 66 (12), 2657-2665.
- AGUILERA-CARACUEL, J., DELGADO-MÁRQUEZ, B. L., y VIDAL-SALAZAR, M. D. (2014). "The influence of internationalization on firm corporate social performance". *Cuadernos de Gestión*, 14(02), 15-32.
- ALBAUM, G.; STRANDSKOV, J.; DUERR, E. y DOWD, L. (1994): *International Marketing and Export Management*, Addison-Wesley, Cambridge.
- ANDERSEN, O. (1993). On the internationalization process of firms: A critical analysis. *Journal of International Business Studies*, 209-231.
- ALONSO, J. A. (2005): "El proceso de internacionalización de la empresa: Algunas sugerencias para la política de promoción". *Claves de la Economía Mundial*, ICEX, pp. 71-80.
- ARAYA, A. (2009). "El proceso de internacionalización de empresas " Descargado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3202468.pdf>
- ARÉVALO, J. A., y ARAVIND, D. (2010). "The impact of the crisis on corporate responsibility: the case of UN global compact participants in the USA". *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 10(4), 406-420.
- ARÉVALO, J. A., ARAVIND, D., AYUSO, S., y ROCA, M. (2013). "The Global Compact: An analysis of the motivations of adoption in the Spanish context". *Business Ethics: A European Review*, 22(1), 1-15.
- ARÉVALO, J. A., y FALLON, F. T. (2008). "Assessing corporate responsibility as a contribution to global governance: The case of the UN Global Compact". *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 8(4), 456-470.
- AYUSO, S., y ROCA, M. (2010). "Las empresas españolas y el PM" *Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa*, 8
- AYUSO, S., ROCA, M., ARÉVALO, J. A., y ARAVIND, D. (2016) "What Determines Principle-Based Standards Implementation? Reporting on Global Compact Adoption in Spanish Firms". *Journal of Business Ethics*, 133 (3)553-565
- BANSAL, P., (2005). "Evolving sustainably: A longitudinal study of corporate sustainable development". *Strategic Management Journal*, 26 (3), 197-218.
- BIGNÉ, E., CHUMPITAZ, R., ANDREU, L. Y SWAEN, V. (2005). "Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross-cultural". *Universia Business Review*, vol. 5, 14-27.

- BOEHE, D. y BARÍN, L. (2010). "Corporate social responsibility, product differentiation strategy and export performance". *Journal of Business ethics*, 91(2), 325-346.
- BUISÁN, M. y ESPINOSA, E. (2007). "Una aproximación al perfil de la empresa española internacionalizada: datos y reflexiones". *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, (839), 9-21.
- CARROLL, A.B. (1979): "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance", *Academy of Management. The Academy of Management Review*, vol. 4, pp. 497-505.
- CARROLL, A.B. (1991): "Corporate Social Performance Measurement: A Comment on Methods for Evaluating an Elusive Construct", *Research in Corporate Social Performance and Policy*, vol. 12, pp. 385-401.
- CETINDAMAR, D. y ARIKAN Y.. (2004), "Diffusion of Environmentally Sound Technology: Findings from the Turkish Case", 12th International Conference of Greening of Industry Network, 6–11th of November, Hong Kong
- CETINDAMAR, D. y HUSOY, K. (2007). "Corporate social responsibility practices and environmentally responsible behavior: The case of the United Nations Global Compact". *Journal of Business Ethics*, 76(2), 163-176.
- CHRISTMANN, P., (2004). "Multinational companies and the natural environment: Determinants of global environmental policy standardization". *Academy of Management Journal*, 47 (5), 747–760.
- COMISIÓN EUROPEA, (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. CEE.
- COMISIÓN EUROPEA, (2011). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:ES:PDF>
Fecha de acceso: 16 marzo 2016
- DASÍ M. , DOLZ, C.y LINARES-NAVARRO, E. (2015). "Why Do Spanish Firms Engage in the Global Compact Initiative? An Explanation from Institutional and Social Identity Theories". *The UN Global Compact: Fair Competition and Environmental and Labour Justice in International Markets* (pp. 123-144). Emerald Group Publishing Limited.
- DAVIS, K. (1973): "The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibilities", *Academy of Management Journal*, vol. 16, pp. 312-322.
- DE LA CUESTA, M. y VALOR, C. (2003). "Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España". *Boletín Económico de ICE, Información Comercial Española*, (2755), 7-20.

- ERRO, A. G., y SÁNCHEZ, J. A. C. (2012). "Joining the UN Global Compact in Spain: an institutional approach/la adhesión al Pacto Mundial en España: un enfoque institucional". *Revista de Contabilidad*, 15(2), 311.
- FOMBRUN, C., (1996). *Reputation: Realizing value from the corporate image*, Harvard Business School Press: Boston, MA.
- FRIEDMAN, M. (1962): *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago.
- FUSSLER, C., CRAMER, A., y VAN DER VEGT, S (2014). *Raising the bar: Creating value with the United Nations Global compact*, Sheffield, UK: GRENLEAF Publishing.
- GARCÍA, A., y CRECENTE, F. J. (2014). *La internacionalización de la empresa española: Oportunidades y riesgos*. Fundación MAPFRE.
- GARCÍA DE LOS SALMONES, M.M.; RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I. y HERRERO, A. (2007): "Percepción de comportamiento responsable y costes de cambio como determinantes de la lealtad hacia un servicio", *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, vol. 11, nº 1, pp. 97-118
- GONZÁLEZ-PÉREZ, M. A., y LEONARD, L. (2015). "The Global Compact: Corporate Sustainability in the Post 2015 World". *Beyond the UN Global Compact: Institutions and Regulations* (pp. 1-19). Emerald Group Publishing Limited.
- GUISSADO, M. (2002). *Internacionalización de la empresa: estrategias de entrada en los mercados extranjeros*. Ediciones Pirámide.
- HITT, M.A., HOSKISSON, R.E. y KIM, H., (1997). "International diversification: Effects on innovation and firm performance in product-diversified firms". *Academy of Management Journal*, 40 (4), 767-799.
- HOLLENSSEN, S., y ARTEAGA, J. (2010). *Estrategias de marketing internacional*. Pearson-Prentice Hall.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2013).
- <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft37%2Fp082&file=inebase&L=0>
Fecha de acceso 16 marzo 2016
- JANNEY, J. J., DESS, G., y FORLANI, V. (2009). "Glass houses? Market reactions to firms joining the UN global compact". *Journal of Business Ethics*, 90(3), 407-423.
- JARILLO, J. C. y MARTÍNEZ, J. (1991): *Estrategia Internacional. Más allá de la exportación*. Mc Graw-Hill.
- JOHANSON, J., y VAHLNE, J. (1977). "The internationalization process of the firm. a model of knowledge development and increasing foreign market commitments". *Journal of International Business Studies*, vol. 8, 23-32.

- JOHANSON, J., y VAHLNE, J. (1990). "The mechanism of internationalisation". *International marketing review*, vol. 7(4), 11-24.
- JOHANSON, J., y WIEDERSHEIM, F. (1975). "The internationalization of the firm—four swedish cases 1". *Journal of Management Studies*, 12(3), 305-323.
- KELL, G., y LEVIN, D. (2002). "The evolution of the global compact network: An historic experiment in learning and action". *The Academy of Management Annual Conference, Denver, Agosto 2002*; 11-14.
- KOLK, A., y VAN TULDER, R. (2010). "International business, corporate social responsibility and sustainable development". *International business review*, 19(2), 119-125.
- LUNA, L. y FERNÁNDEZ, J.L. (2007): Análisis de la creación de performance social mediante la estrategia social de la empresa, XVII Congreso Nacional de ACEDE, septiembre, Sevilla.
- LUOSTARINEN, R. (1979): *The internationalization of the firm*. Helsinki School of Economics, Helsinki.
- MCGUIRE, J. W. (1963): *Business and Society*, McGraw Hill, Nueva York.
- MCKINSEY & COMPANY (2004), *Assessing the Global Compact's Impact*, United Nations Global Compact, www.unglobalcompact.org/docs/news_events/9.1_news_archives/2004_06_09/imp_ass.pdf Fecha de acceso: 10 de marzo 2016.
- MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES (2007): Informe del Foro de Expertos en Responsabilidad Social de las Empresas. http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/resposocempresas/foro_expertos/contenidos/INFORME_FOROEXPERTOS_RSE.pdf Fecha de acceso: 22 marzo 2016
- NAVARRO, F y GARCÍA-MARZÁ, D. (2009). "La RSC en el marco de la cooperación al desarrollo y la internacionalización de la empresa española en países de renta media y rehabilitación postbélica". *Revista española del tercer sector*, (11), 115-143.
- O'GRADY, S., y LANE, H. W. (1996). "The psychic distance paradox". *Journal of international business studies*, vol. 27-2, 309-333.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2010). http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142694.pdf Fecha de acceso: 20 marzo 2016
- ORTEGA, A. (2010). La internacionalización de la empresa española y la decisión de exportar como solución a la crisis. *Revista de Sociales y Jurídicas*, (6), 88-111.
- ORTEGA, A. Y ESPINOSA, J. (2015). *Plan de internacionalización empresarial. Manual práctico*. ESIC Editorial.

- PENG, M.W., WANG, D.Y.L., y JIANG, Y., (2008). "An institution-based view of international business strategy: A focus on emerging economies". *Journal of International Business Studies*, 39 (5), 920–936.
- PÉREZ, A., GARCÍA DE LOS SALMONES, M., y RODRIGUEZ, I. (2008). "Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas como determinantes de las intenciones de comportamiento del consumidor" *Revista Asturiana de Economía*, 41, 127-147
- PERRINI, F., RUSSO, A., TENCATI, A. y VURRO, C., (2011). "Deconstructing the relationship between corporate social and financial performance". *Journal of Business Ethics*, 102 (1), 59–76.
- PLA, J., y LEÓN, F. (2004). *Dirección de empresas internacionales*. Editado por Pearson Educación.
- RAMOS, J. A. y PERIÁÑEZ, I. (2003): "Delimitación del Marketing con Causa o Marketing Social Corporativo mediante el análisis de empresas que realizan acciones de responsabilidad social". *Cuadernos de Gestión*, vol. 3, nº 1 y 2, pp. 65-82.
- RASCHE, A. (2009). "A necessary supplement: What the United Nations Global Compact is and is not". *Business and Society*, 48(4), 511–537.
- RED ESPAÑOLA DEL PACTO MUNDIAL <http://www.pactomundial.org/red-espanola-del-pacto-mundial/> Fecha de acceso: 10 de marzo de 2016.
- RIALP, A. y RIALP, J. (2005): "Las formas actuales de penetración y desarrollo de los mercados internacionales: Caracterización, marcos conceptuales y evidencia empírica en el caso español", *Claves de la Economía Mundial*, ICEX, pp. 99-108.
- RUGGIE, J. G. (2001). "The Global Compact as learning network". *Global Governance*, 7(4), 371-378.
- RUNHAAR, H., y LAFFERTY, H. (2009). "Governing corporate social responsibility: An assessment of the contribution of the UN Global Compact to CSR strategies in the telecommunications industry". *Journal of Business Ethics*, 84(4), 479-495.
- STARNAWSKA, S. E. (2015). International Business Risk Management and the Emerging Market Crises as Challenges for the UN Global Compact. In *Beyond the UN Global Compact: Institutions and Regulations* (pp. 21-46). Emerald Group Publishing Limited.
- STRIKE, V.M., GAO, J. y BANSAL, P., (2006). "Being good while being bad: Social responsibility and the international diversification of US firms". *Journal of International Business Studies*, 37 (6), 850–862.
- SURROCA, J., TRIBÓ, J.A. y ZAHRA, S.A., (2013). "Stakeholder pressure on MNEs and the transfer of socially irresponsible practices to subsidiaries". *Academy of Management Journal*, 56 (2), 549–572.
- THÉRIEN, J. P., y POULIOT, V. (2006). "The global compact: shifting the politics of international development?". *Global Governance: A Review of Multilateralism and International Organizations*, 12(1), 55-75.

- UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT (UNGC) (2016) <https://www.unglobalcompact.org/> fecha de acceso 22 de mayo de 2016.
- UN GLOBAL COMPACT OFFICE (2007, 2009, 2010, 2012). *Annual review*. United Nations Global Compact Office.
- UTTING, P. (2002). "The Global Compact and Civil Society, Averting a Collision Course". *Development in Practice*, 12 (5), 644-647
- VAHLNE, J. E., y NORDSTRÖM, K. A. (1993). "The internationalization process: impact of competition and experience". *The International Trade Journal*, 7(5), 529-548.
- VAN RAAIJ, F., (1997). "Globalization of marketing communication?" *Journal of Economic Psychology*, 18 (6), 259-270.
- VILLARREAL, O. (2005). "La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea". *Cuadernos de Gestión*, 5(2), 55-73.
- WADDOCK, S. (2008). "Building a new institutional infrastructure for corporate responsibility". *The Academy of Management Perspectives*, 22(3), 87-108.
- WEBBER, M. (2008). "The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR". *European Management Journal*, 26(4), 247-261.
- WELFORD, R. (2004). "Corporate social responsibility in Europe and Asia". *Journal of Corporate Citizenship*, 2004(13), 31-47.
- WHITEHOUSE, L. (2003). "Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship and the Global Compact". *Global Social Policy*, 3 (3), 299-318.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LA EMPRESA

Respuesta a la Legitimación y Configuración de la Dimensión Societaria de la Empresa

Prof. Dr. Santiago García Echevarría

Se doctoró por las Universidades de Colonia y por la Universidad Complutense de Madrid. Ha sido profesor en la Universidad Comercial de Deusto, en la Universidad Complutense de Madrid, Catedrático de Política Económica de la Empresa de la Universidad de Barcelona, miembro de la Comisión Gestora para la creación de la Universidad de Alcalá, Decano Fundador de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la misma Universidad de Alcalá, Director del Departamento de Ciencias Empresariales y actualmente es Profesor Honorífico de la Universidad de Alcalá. Ha sido Director del Instituto de Dirección y Organización de Empresa (IDOE) de la Universidad de Alcalá. Asimismo es Vocal del Consejo Consultivo de Privatizaciones (CCP). Ha sido Presidente de la Asociación Alexander von Humboldt de España y en la actualidad es Presidente de Honor.

www.garcia-echevarria.es

RESUMEN

La Responsabilidad Social Corporativa constituye un debate abierto, en gran medida también, confuso sobre su orientación y contenido. Se busca la “legitimación” de la empresa en la Sociedad, legitimación generadora de la “confianza” que precisa tanto la articulación operativa de la propia empresa como de la Sociedad. La Responsabilidad Social Corporativa, a pesar de múltiples intentos teóricos y en la praxis empresarial, pero también frecuentemente político-institucional, no se ha conceptualizado de forma clara y eficiente en cuanto a su cometido y a su articulación sobre la realidad tanto económico-societaria como empresarial.

La Responsabilidad Social Corporativa no puede reducirse a un conjunto de aspectos diversos, sino que debe entenderse de forma que permita acercarse a la realidad de cada empresa con su diversidad y característica relevante de forma que se pueda deducir su papel, su contribución a la Sociedad. Se ha planteado en esta contribución una interpretación que abarca las dos dimensiones de la articulación técnico-económica de la empresa en la Sociedad: la “persona”, por un lado, y los “procesos” por el otro.

Lo que corresponde a la dimensión intangible y tangible de la acción técnico-económica de la empresa. La integración de ambas, la ética económica reflejada en el sistema de valores en el marco de la Ordenación económico-societaria y la implicación de la norma positiva articulada en los procesos técnico-económicos constituyen la clave conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa tal como aquí se concibe.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad Social Corporativa, sistema de valores, Orden Económico-social, economía social de mercado, ética, sostenibilidad.

CÓDIGO JEL/JEL CODE

L14, M14, M40, Z1

“SOCIAL CORPORATE RESPONSIBILITY WITHIN THE BUSINESS”

A RESPONSE TO THE LEGITIMISATION AND CONFIGURATION OF THE SOCIETAL DIMENSION IN THE BUSINESS

ABSTRACT

Social Corporate Responsibility is an open debate and, to a great measure, a confused one with regard to its orientation and content. The business seeks legitimacy within Society, a legitimacy that generates a trust that requires both the operational articulation of both Society and the business itself. In spite of numerous theoretical attempts in business practice and in spite, also, of frequent politico-institutional efforts, Social Corporate Responsibility has not been conceptualised clearly and efficiently with regard to commitment and articulation in the real world in both societal-economic and business terms.

Social Corporate Responsibility cannot be reduced to a collection of diverse aspects; instead it must be understood in such a way that each business, with all of its diversity and relevant characteristics, can approach it and thus deduce its own role and its own contribution to Society. This contribution presents an interpretation which embraces both dimensions of the business' technico-economic articulation within Society: the individual on the one hand and processes on the other.

This corresponds to the intangible and tangible dimension within the business' technico-economic action. Integrating both the economic ethic as reflected in the values system within the framework of the Economic-societal Ordering and the involvement of the positive norm articulated within the technico-economic processes are the conceptual key to Social Corporate Responsibility as it is conceived.

KEYWORDS

Social Corporate Responsibility, values system, Economic-social Order, social market economy, ethics, sustainability.

1. CONSIDERACIONES PREVIAS

La clave de todo Ordenamiento Económico-social eficiente se encuentra en cómo se articula y se concibe a la Institución empresarial. Es el eje de la realidad económico-social y de la configuración de la misma dependen las posibilidades de desarrollo de las personas y de las Instituciones que la configuran. Desde la conceptualización predominantemente funcionalista “de la empresa”, prácticamente hasta los años 60, a la concepción institucionalista posterior y, en particular, a la interpretación “*financiarista*” de la empresa a partir de los años 90 se ha intentado dar una respuesta interpretativa a la actuación de la empresa en la Sociedad, a su rol y a su significado. Las respuestas son muy dispares, con una enorme superficialidad y que a pesar de los múltiples intentos no se ha centrado el papel de la empresa. Lo cual genera enormes problemas tanto en el desarrollo normativo como en el Social. Lo que provoca serios problemas de legitimación empresarial, por lo tanto, de su dimensión económico-social en el marco del Ordenamiento societario: esto es, la dimensión societaria de la empresa.

La empresa es mucho más que la mera y a la vez compleja forma funcional de coordinación de los procesos técnico-económicos y Sociales, por lo tanto, su dimensión normativa del uso de los recursos. La empresa precisa de su legitimación en la Sociedad para articularse como Institución: *“Legitimacy is the current of institution but, like trust, legitimacy can vanish very quickly and one lost is difficult to regain”*.

La Legitimación de la empresa en la Sociedad es la clave del largo plazo en la configuración empresarial y lo es también en el desarrollo directivo, ya que *“manager needed to prove their social worth and legitimate their authority, not only to others, but to themselves”* y ello *“...in a way that serve the broader interests of Society rather than the narrowly define ones of capital or labor”*. Lo que implica, por tanto, la dimensión societaria de la empresa.

Hay que ir más allá de la articulación de una “*Responsabilidad Social Corporativa*”, aun profundamente anclada en el “*funcionalismo*” de la acción empresarial, o en el “*institucionalismo*”, con todas sus consecuencias normativas predominantemente “*contractualista*”, con todos los problemas de su legitimación en la Sociedad, tanto en su articulación societaria como en sus propios diseños organizativos.

El impacto de la “*financiarización*” a partir de los años 90 tanto en la configuración del management interno como externo, así como del propio desarrollo directivo y de sus órganos de gobierno, plantea en las últimas décadas graves problemas tanto en su acción Institucional como en lo personal, lo que exige una nueva legitimación en la Sociedad, pues la propia pérdida de “*confianza*” ha incidido en la legitimación, lo que genera enormes “*costes de coordinación*”, tanto económicos como sociales y políticos.

La diversidad de interpretaciones existentes en la literatura económica de la “*Responsabilidad Social Corporativa*” no solo no centra el problema, sino que tampoco permite su instrumentación, tal como se pretende frecuentemente. Se aglutinan aspectos éticos con los correspondientes al gobierno corporativo, la responsabilidad social, etc, sin definir cuál es la

verdadera dimensión societaria de la empresa, conceptos necesarios para que se ordene esa "legitimación" que precisa la empresa como Institución Societaria. Lo que exige, a su vez, de un Ordenamiento Económico-social que refleje los valores en los que descansa esa Sociedad y sobre los cuales se establezcan los Principios y Reglas que señalan el marco de la acción empresarial en la Sociedad. Y ese Ordenamiento Económico-social debe establecer los criterios de legitimación más allá de las normas funcionalistas en las que descansa la actual configuración de la acción empresarial.

Como muy bien señala el Prof. Álvarez Rubio: "decimos que estamos en un momento en el que debemos repensar valores, modelos y formas de organización como sociedad, pero no somos capaces de ponernos de acuerdo con casi nada". Nos falta ese Orden Económico-social que defina los espacios de la acción empresarial más allá de la norma positiva reguladora de los procesos, esto es, se precisa de la disposición compartida de los valores en los que descansa la norma para que se genere la "confianza" necesaria para la disposición de la libertad precisa para cada persona e Institución de forma que le permita innovar, contribuir, cooperar, así como asumir la responsabilidad correspondiente. Y como bien matiza Álvarez Rubio sobre el por qué y el cómo de esta situación, "desgraciadamente la trampa de la superficialidad, a la que el desarrollo tecnológico no es ajeno, no facilita, ni mucho menos una mirada responsable, seria, trabajada, sobre las cosas". Se permanecerá en el nivel de los procesos, esto es, en la "dimensión tangible" de la relación empresa-sociedad.



Prof. Santiago García Echevarría

Figura 1

Lo que se trata de definir en la figura 1 es el concepto de la “*dimensión societaria de la empresa*” que implica:

- El “*nivel de la persona*”, la “*dimensión intangible*” de la relación Sociedad- Empresa, lo que corresponden a la dimensión ética de la economía y de la empresa
- El “*nivel de los procesos*”, la “*dimensión tangible*” de esta relación que corresponde a la normativa funcional-organizativa de la acción empresarial: la contribución con productos y servicios para cubrir las necesidades de la persona. Se trata del desarrollo de las normas técnico-sociales de derecho positivo.

Ambas dimensiones, “*persona*” y “*procesos*” son las que implican la relación Empresa-Sociedad. Ambas constituyen el proceso de legitimación de la empresa en la Sociedad: la *Responsabilidad Social Corporativa*. Lo cual corresponde a la “*dimensión intangible*” y a la “*dimensión tangible*” de la relación empresa-Sociedad.

Esta contribución trata de definir esa *dimensión societaria de la empresa* sobre la cual luego puedan instrumentarse los procesos de valoración y comunicación que permitan una legitimación correcta y eficiente de la empresa como Institución, y la del empresario como agente clave y la del directivo. La recuperación de la “*confianza*” se realiza en base a la legitimación de la empresa, del empresario y del directivo, tanto en lo que afecta a la normativa legal, por un lado, y el más allá de la *dimensión moral ética* de su acción en la Sociedad, directa e indirectamente.

Una referencia interesante fue cuando en el año 1947, en el comienzo de la segunda post-guerra se elaboró un documento para la configuración del Orden Económico de una Economía Social de Mercado que se conceptualizó en once puntos siendo el primero el siguiente: “1. *Que valore al trabajador como ser humano y como trabajador, que se le de un derecho social de participación sin que ello suponga una limitación a la iniciativa empresarial ni a la responsabilidad del empresario*”. Y sobre ello se construyó el Orden de libertades, la responsabilidad de las personas implicando en el desarrollo eficiente de la empresa orientada al desarrollo de la persona. Y sobre ella se construyeron las normas, las leyes laborales en base a la legitimación legal y moral correspondiente al desarrollo de la persona. Es la clave del Ordenamiento Económico-social de una Economía Social de Mercado.

Es preciso definir esta legitimación, para conceptualizar la *Responsabilidad Social Corporativa* más allá de la norma positiva, con el fin de poder desarrollar las personas que son el soporte del crecimiento y de la eficiencia económica y social que hace posible el éxito de la empresa en la Sociedad. Es la base de la estabilidad y sostenibilidad de la Sociedad.

2. EMPRESA Y SOCIEDAD: SU REALIDAD INSTITUCIONAL Y ORGANIZATIVA

2.1. La Dimensión Societaria de la Economía

Si bien es cierto que cuando se plantea el debate sobre la *“Responsabilidad Social Corporativa”* se está considerando la relación entre la Empresa y la Sociedad, esto es, cuál es el papel de la Empresa en la Sociedad, se precisa aclarar previamente dos aspectos fundamentales:

- 1) No se trata solamente de la empresa como Institución organizada, sino que necesariamente implica plantearse la responsabilidad de las personas responsables en los procesos empresariales, en los diferentes niveles. Son las personas las que asumen el rol fundamental en esta *“responsabilidad”*: *“When we talk about corporate social responsibility we should not forget the other side of the medal: personal social responsibility”*.
- 2) Y no se trata tampoco solamente de una relación directa entre la Empresa y la Sociedad, sino que las empresas actúan en un marco económico-societario, no solo en un sistema económico, sino en un Ordenamiento Económico-societario que define, por un lado, las normas positivas que configuran el marco legal y, por otro lado, el fundamento de la *Responsabilidad Social Corporativa*: los valores en los que se sustentan las normas positivas, que configuran la dimensión moral de toda acción económica: *“un economista tiene también que poder fundamentar moralmente lo que hace...”*; ya que *“en el futuro necesitamos economistas que se ocupen de los problemas reales y que esos problemas se analicen en el contexto societario”*.

Este debate sobre la consideración de los Valores en el contexto económico-societario tiene una larga y oscilante historia, pero son la clave de la realidad humana en la acción económica: *“Values are inherent properties of the human existence... the existence of a hierarchy of values can no longer be neglected in scientific analysis”*.

Y esta es la base para la creación de un *Orden Económico-societario*, ya que la persona, en su acción configuradora, necesita de normas que él mismo fija en el entramado de un Ordenamiento Económico y social. Y según cuál sea ese Orden Económico-social en cuyo marco tiene lugar la acción de la empresa, ésta refleja los valores y las normas que configuran su acción empresarial, lo que plantea formas altamente diferenciadas en el contexto de la *Responsabilidad Social Corporativa* en el ámbito de la empresa. Por lo que no hay un esquema único, sino una realidad interpretativa, múltiple que va más allá de la norma técnica positiva, basada en el marco de los *“valores”* que deben regir en la acción empresarial. Va más allá de un planteamiento del mero *“Compliance”*, más allá de la *“norma”* técnica, va orientada hoy a *“contribuir de forma efectiva a los cambios societarios de nuestro tiempo con los recursos y las competencias de la empresa...”*.

Por consiguiente, las claves de la “*Responsabilidad Social Corporativa*” se encuentran, por un lado, en la contribución de la empresa al desarrollo de la persona y, por el otro, en la forma en la que contribuye al mantenimiento y al desarrollo del Orden Económico-societario en el que actúa la empresa. Lo que implica una amplia interdisciplinaridad que involucra otras disciplinas más allá de las económicas y de las jurídicas, en particular, en lo que afecta a la ética como parte constitutiva de la acción económico-empresarial. Es por lo que Erhard asumía que la “...*Política Económica fue siempre parte de la Política Societaria. La Economía Social de Mercado la veía bajo la condición de valores compartidos y conocimientos, así como una determinada manera de interpretar la persona (Leitbild)*”; a lo que añadía el papel de la figura del empresario: “*Solamente puede desarrollarse el empresariado con un papel relevante en la Sociedad y Estado cuando es consciente de sus obligaciones frente al conjunto...*”; esto es, frente a la Sociedad.

No se puede entender la economía, en el plano de su realidad, tanto en su Política Económica como en su Política Social, más que en el contexto Societario. Y la *Responsabilidad Social Corporativa* tiene esta dimensión integradora de ambas, la económica y la societaria. Para lo económico está la norma técnica, contable y financiera, para “lo social” se planteó en los años 60, en el marco de la “Reforma de la Empresa”, en múltiples Países, el “*Balance Social*”/). Hoy se trata de una interpretación integral de la empresa, tanto de la empresa como de la economía, ya que no hay acción económica sin implicación societaria, ni hay acción societaria sin implicación económica, lo que se refleja muy claramente en la figura número 2.



Figura 2

La dimensión económica se refleja en la columna izquierda donde se encuentran los planteamientos actuales del pensamiento económico en los que se realiza básicamente el “*análisis económico*”, sin la realidad social, societaria, sustituida por el “*homo economicus*” o por una interpretación concreta de “*racionalidad*”. Esto es, la economía sin la persona. El “*análisis económico*” se refiere a los factores económicamente caracterizantes de los recursos y de sus

capacidades, así como de sus interdependencias bajo el criterio de la maximización individual de la utilidad como objetivo instrumental-operativo, como medida de la "eficiencia". El ámbito social, societario, en muchos de los casos, se limita a la cuantificación económica de las cargas sociales, fiscales, laborales, etc. como la "aportación" económica a la Sociedad.

Se precisa de un cambio de paradigma, criterio que debería ser configurador "integral" de la contribución de la Economía a la Sociedad, que descansa en el fin último "de la economía: *"el objetivo de la Economía es satisfacer las necesidades individuales y colectivas de todos los miembros de una Sociedad para lograr el desarrollo humano, esto es, el bien común"*. Lo que implica que este "fin último" societario es el desarrollo integral de la persona, lo que da respuesta tanto a la exigencia económica como a la exigencia societaria en los procesos económicos y empresariales. Tal como señala el expresidente de la industria alemana el Prof. Keitel *"yo me declaro a favor de la afirmación de que la finalidad de la economía no está en la economía misma, sino su contribución humana y societaria"*.

Por consiguiente, el "fin último" de la economía se encuentra en la Sociedad, en la persona, no en la economía misma. Los objetivos de la economía son instrumentales para el "cálculo económico" y el uso de los recursos escasos (*"análisis económico"*), con respecto a estos objetivos instrumentales económico-financieros, ecológico-sociales, que tienen que orientarse todos ellos, sin embargo, al "fin último": *"que es el desarrollo integral de la persona"*. Ésta debe ser la orientación largoplacista y el criterio de la Sostenibilidad, expresión nuclear de la *Responsabilidad Social Corporativa* de la empresa: el desarrollo integral de la persona.

2.2. El desarrollo de la persona eje y fin de la acción económica

Uno de los problemas actuales es la falta de crecimiento económico con el fin de generar empleo, esto es, generar trabajo para dar ocupación económica y social a la persona de forma que ésta logre su desarrollo. Se tropieza con serias dificultades en muchos Países en el marco de la actual interpretación de la economía que es la del *"capitalismo financiero"*; esto es, la *"financialization of the global economy"*. Se ha pasado del *"Managerial Capitalism"* al *"Financial capitalism"* a partir de los años 90 fundamentalmente. Su expresión en diversidad de ratios constituye la base del *"análisis económico"* dominante. No son los recursos los que se analizan, o los procedimientos, los productos o servicios que se prestan, sino su *sublimación* en *"ratios financieros"*, un reduccionismo que no solo tiene lugar en el *"análisis económico"*, sino que ha determinado en las últimas décadas las estructuras organizativas de la economía y de la empresa, así como sus dimensiones corporativas.

"Lo económico" ha pasado a segundo lugar, no son éstas las bases de las prestaciones que realizan una empresa en la Sociedad, sino su reduccionismo abstrayente expresado en *"ratios financieros"*. Lo que ha generado una Cultura cortoplacista que se ha infiltrado en todos los procesos económicos y empresariales. Ha desaparecido *"lo económico"*; el largo plazo, ha desaparecido la orientación largoplacista de la persona en la economía y en la empresa. Difícilmente puede entenderse en este contexto la existencia de una *"Responsabilidad Social Corporativa"*.

Considero que se debe reflexionar si es el crecimiento económico el que genera empleo o bien, es al contrario, con la creación de empleo “competente” crece la economía. Pero esta segunda posición no se emplaza en el paradigma del dinero, el “*capitalismo financiero*” como el paradigma económico, sino que es el desarrollo integral de la persona como el paradigma del “*fin último*” de la economía. La *persona* es el eje del crecimiento económico, lo que “*exige un cambio de estilo de la economía y de la vida que tenga en cuenta el “principio de la sostenibilidad”, ya que “esta nueva idea de un progreso integral sirve al bienestar del ser humano”.*”

El “*fin último*” de la economía lo constituye la interpretación largoplacista de la economía, por lo tanto, el desarrollo integral de la persona, fin que se encuentra en la Sociedad más allá de la economía.

En la economía se fijan objetivos instrumentales con los que se facilita, articula, el uso eficiente económicamente de los recursos escasos. Este “*análisis económico*” tiene lugar dentro de “*lo económico*”, de la interpretación económica que se da a los recursos, a sus capacidades y a las relaciones entre ellos. Esto es, el análisis de la “*eficiencia económica*” en términos técnico-financieros. Pero no es valoración correcta, ya que le falta el “*fin último*” que es el que persigue la economía. En el pensamiento económico dominante es la maximización de la utilidad individual, o el “*homo economicus*” racional que asume y excluye consecuentemente tanto los valores en los que se asienta la acción humana, así como su jerarquización. En términos económicos se trata de la definición de la “*función de utilidad*”, del fin de la economía, que es la que da la orientación a la contribución de los objetivos instrumentales para alcanzar los “*fines*” perseguidos.

Los objetivos económicos tienen, como se acaba de señalar, un carácter instrumental para articular el “*cálculo económico*” en una interpretación reduccionista de la realidad, reduciendo a su interpretación exclusivamente económica y, en general, en su versión financiera, por lo que se ha asumido un “*precio*” para las “*cosas*”, para los recursos, lo que no da su “*valor*”. La “*financiarización*” de los procesos económicos lleva a una interpretación errónea de los procesos de *coordinación económica*, cortoplacistas y lejanos de la realidad, lo que afecta a la *sostenibilidad* de la acción económica. Desaparece la dimensión social, societaria, de los procesos económicos, no existe la persona y sus sistemas de valores en la acción de la economía. El “*cálculo*” es erróneo, lo que implica los actuales errores de la economía sobre su crecimiento y su eficiencia económico-social, sobre la Sociedad, con los consiguientes impactos.

En términos de la antropología social toda persona tiene, dispone, de unos potenciales y del desarrollo de sus potenciales depende su capacidad para cubrir sus necesidades tanto vitales como culturales.

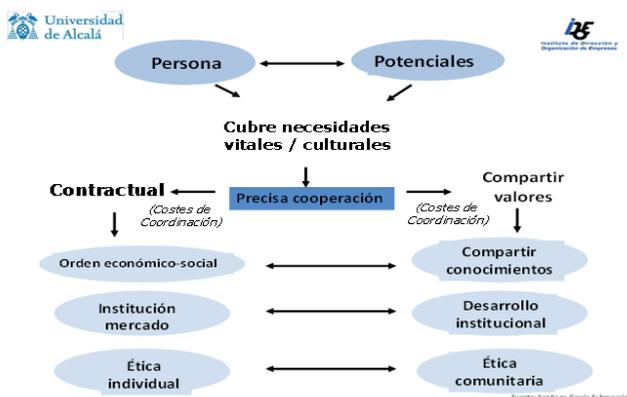


Figura 3

En la figura 3 se plantea el *Leitbild* de la persona antropológicamente hablando que busca a través de sus potenciales cubrir sus necesidades con el fin de lograr su desarrollo, su crecimiento, su independencia. Tener capacidad de desarrollo por sí mismo, no ser “dependiente”, implica necesariamente que precisa “cooperar” con “el otro”, para poder configurar su capacidad.

Ninguna persona puede ella sola desarrollarse como individuo, precisa de la cooperación “del otro”, cooperar con “el otro”. Como señala Utz “la persona es un ser social, esto es, por un lado, depende de la ayuda del prójimo para cubrir mejor sus necesidades, pero, por el otro lado, tiene, al mismo tiempo la obligación de coordinar la satisfacción de sus necesidades con las otras personas, así como contribuir a cubrir las necesidades del conjunto”.

Esta dimensión antropológica de la persona facilita el desarrollo de la dimensión societaria de la “cooperación” que es la base de la dimensión social de la persona. Esta posee, por tanto, en sus potencialidades

- 1) Las *competencias técnicas*, conocimientos, saberes que le dotan con capacidad en esta dimensión técnica y
- 2) Las *competencias sociales*, esto es, la capacidad social de integrar al “otro” con el fin de cooperar. De nada sirve, de muy poco sirve a la persona tener amplias competencias técnicas, si no posee la competencia social de “integrar al otro” en su proceso de “cooperación”. Aquí es donde se encuentra la dificultad económica para el desarrollo de la persona, pues como señala Álvarez Rubio: “nuestro reto actual para ganar el desafío de la innovación no está tanto en la tecnología como en el conocimiento, ya que sobre todo está en la cooperación. Vivimos una profunda crisis de la práctica de la cooperación, y sin ella no hay nada que hacer. Necesitamos cooperar unos con otros, dialogar y andar buscando espacios comunes.

Sobre esta dimensión social de la persona descansa la articulación de la acción económica: “coordinar” los procesos económicos y sociales de las personas en las Instituciones, esto es, de las competencias técnicas y sociales de las personas dando forma a los productos configuradores de los procesos y servicios que contribuyen al desarrollo de las personas. Aquí se inicia la “acción económica”, la economía como tal, pero la condición previa es la dimensión antropológica social de la “cooperación”.

En economía la configuración coordinadora de los procesos económico-sociales se puede realizar de distintas formas. En la figura 3 se refleja la cooperación por dos vías

- 1) la estructura de contratos que “impongan” la “cooperación” que se trata de someter a normas de derecho positivo.
- 2) La configuración basada en los valores que genera un espacio compartido en el que se coordinan las personas, en las que la “confianza” y la “amistad” son las piezas articuladoras de la coordinación, que como bien señala Alvarez Rubio significa “...poner en común nuestros atomizados conocimientos al servicio de un objetivo social común ha sido la seña de identidad y dique frente al individualismo que frena la visión conjunta...”.

Lo que constituye la dimensión societaria que implica la ética social en el proceso de configurar los diversos diseños organizativos de la coordinación económica y de las Instituciones resultantes generadoras de la dimensión corporativa de la empresa. Véase como se entrelaza la realidad ética y económica, el gobierno corporativo con la vinculación de su responsabilidad Societaria.

Y es en esta dimensión societaria real de la persona y no primariamente en la contractual sobre la que debe concebirse y articularse, la “Responsabilidad Social Corporativa” fundamentada en los sistemas de valores que dan vida, hacen viables las normas reguladoras y organizativas de los procesos de coordinación económica tangibles.

2.3. Papel de la Empresa en la articulación de la Economía y de la Sociedad

La empresa no es solamente una Institución clave para el desarrollo de los procesos de coordinación económica, sino que es una *Institución constitutiva de los procesos societarios*. La Sociedad no se puede concebir sin la acción empresarial. Es por lo que Köhler define “la empresa no termina su actividad en las puertas de una fábrica”. En el reciente Informe de la Fundación Bertelsmans se señalan tres aspectos que caracterizan el momento actual de la empresa en la Sociedad:

- 1) “Como Corporate Citizen se comprometen las empresas más allá del marco legal y configura la transformación social, compromiso regional, compatibilizar familia y profesión, fomento de la salud de su personal, así como también la financiación de la formación académica”.
- 2) “...Por otra parte en la Sociedad existe una sensibilidad cambiante frente al comportamiento empresarial, lo que afecta a las opiniones y al nivel de aceptación del sistema económico”.

- 3) *“Una visión integrativa presenta además del significado económico de la empresa su función como educador, contribuyente y contribuidor de las cuotas sociales como empleador, productor y prestador de servicios, así como también socio cooperador y social asumiendo responsabilidad para los asuntos sociales”*

Esta interpretación que realiza el Informe Bertelsman en los momentos actuales, fuertemente basados en el contexto alemán, recoge una amplia responsabilidad de la empresa como actor básico de la Sociedad en el contexto de las grandes tendencias ante las que se enfrenta la Sociedad actual: entre otras, la globalización, la digitalización, la dinámica demográfica y la desigualdad social principalmente. Lo que afecta de forma significativa a la interpretación tradicional de la empresa, a sus capacidades y responsabilidades, por un lado, y a los niveles de aceptación de los que dispone la empresa en la Sociedad, por el otro.

Ambos aspectos inciden de manera relevante en los *“costes de coordinación”* de la empresa en el contexto societario, no sólo en cuanto a su incidencia económica, sino principalmente organizativa y de gobierno de la Institución empresarial. La clave de la configuración e interpretación de la *“Responsabilidad Social Corporativa”* se encuentra en la definición de la empresa como organización, de la contribución del Estado y de su papel en la Sociedad, así como constituye el elemento vinculante integrador de ambos: el *“Ordenamiento Económico-social”* que integra y define las relaciones entre las empresas y su papel en la Sociedad.

Aquí nos centramos en un Orden de una Economía Social de Mercado, una economía de Mercado integradora del equilibrio Social: *“la economía de mercado debe necesariamente ser completada con el objetivo de una responsabilidad ecológica y social. Solo un mercado vinculado a valores puede garantizar un comportamiento totalmente responsable con la naturaleza o con los derechos de las generaciones presentes y futuras”*.

Lo cual implica que la relación entre la Empresa y la Sociedad debe asumir, por un lado, los Principios que caracterizan el funcionamiento responsable de *“lo económico”*, como se verá más adelante, junto con la dimensión ecológico-social, por otra parte, tanto en lo que afecta a la Institución como en cuanto a las referencias a las personas responsables de la misma. La orientación de estos procesos, el *“fin último”* de la economía en la Sociedad: el desarrollo integral de la persona. Esto es, la creación del *“bien común”*, de ese espacio común en el que se predispone a la persona a la *“cooperación”*, a la *“integración”* del *“otro”*, tanto

- 1) En el desarrollo de las *competencias técnico-económicas*, sus saberes y capacidades
- 2) En el desarrollo de sus *competencias sociales* como personas, en la dimensión social de la persona y en su capacidad de integrar *“al otro”*, generando el espacio común mencionado que hace posible la generación de organizaciones en las que se comparten los valores que facilitan los procesos de coordinación económica y técnica.

Para el uso eficiente de las competencias técnicas se precisa del desarrollo de la dimensión social de la persona para abrir las posibilidades de los procesos de coordinación económica, buscando organizaciones eficientes que permitan reducir los *“costes de coordinación”* en la

empresa, entre las empresas y en sus relación con el mercado. La actividad económico-empresarial, generadora de productos y servicios para el desarrollo de la persona se realiza en los procesos económicos de coordinación de las competencias técnicas y sociales de la persona en el uso de los recursos disponibles y de sus capacidades. En este proceso empresarial se configura la actividad de la empresa en la Sociedad y se instrumentan organizativamente estos procesos de coordinación dentro de la empresa institucionalmente según las características de los diseños organizativos y corporativos, así como a través de los instrumentos de coordinación económica entre la Empresa y la Sociedad:

- 1) El *Mercado* como instrumento de coordinación basado en el precio generado o impuesto para los productos y servicios
- 2) El *Estado* en su dimensión instrumental al asignar "precio" como el "valor" mediante su intervención estatal, bien de forma directa ejerciendo procesos empresariales, o bien mediante restricciones o cargas derivadas de su acción en el ámbito de la Política Social y de la Política Fiscal, debiéndose realizar su acción empresarial considerada bajo el Principio de "conformidad al mercado".

La *Responsabilidad* de la empresa es, *en primer lugar*, la de contribuir de forma eficiente al funcionamiento del instrumento de coordinación del mercado como forma de contribución Societaria bajo el Principio de Competencia leal y el Principio de Subsidiaridad en el marco de sus relaciones conforme a las normas establecidas, reguladoras de estos procesos (normas técnicas), debiendo ir más allá de la norma positiva para la realización de los "sistemas de valores" que hacen posible ese "espacio común", ese "bien común" integrador del otro. Lo cual posibilita la eficiencia organizativa en la coordinación de los procesos técnico-económicos permitiendo el desarrollo de la dinámica social, societaria de la persona y de sus Instituciones. Es el ámbito real de la "*Responsabilidad Social de la Empresa*" y de las personas implicadas.

En lo que afecta al nivel de tensiones en el ámbito de la relación empresa-sociedad es

- 1) El tema del "bien común" y la orientación al beneficio
- 2) La *contribución* de la empresa a resolver los retos societarios actuales (*megatrends*)
- 3) La valoración por la Sociedad de la actuación de la empresa y del empresario, con sus correspondientes niveles de aceptación y de cooperación y sus consecuencias en la sostenibilidad de la empresa y de sus resultados.

Se trata de la Responsabilidad de la Empresa societariamente, en la sociedad, que va más allá de la interpretación del concepto "social". La empresa en su dimensión societaria está implicada en "lo ecológico" y en "lo social", lo que implica la orientación integral del desarrollo de la persona en la Sociedad y este debe ser el "*fin último*" de la empresa.

2. 4. La Responsabilidad Societaria de la Empresa: Stakeholders

El proceso integrador de la Empresa en la Sociedad se produce en base al Ordenamiento económico-social que se establece en la Sociedad, tal como ya se ha señalado, esto es, descansa en el sistema de valores que se asume en esa Sociedad y de la jerarquización que se hace de los mismos valores, jerarquización que se reflejan en los Principios y Reglas que se establecen para generar los procesos económico-sociales correspondientes a ese Orden de Sociedad. Y solamente desde y en este Orden Económico-Social se configura la dimensión corporativo-organizativa de la empresa y, consiguientemente, los espacios de libertad y de responsabilidad sobre los que construye su *“Responsabilidad Social Corporativa”* frente a la Sociedad.

Ya Max Weber señalaba que *“la diferencia estriba en que a esos técnicos suelen venirles ya dados de antemano lo principal, que es el “fin”. Esto es justamente lo que a nosotros no se nos da cuando se trata de problemas verdaderamente últimos”*.

A lo que en su contribución sobre la objetividad de la economía considera que *“all serious reflection about the ultimate elements of meaningful human conduct is oriented primarily in terms of the categories “end” and “means””, “Our aim is the understanding of the characteristic uniquenesses of the reality in which we move”*. Lo que exige como condición *sine qua non* una clara definición del *“fin”* último que se persigue en la economía y en la empresa. Este *“fin último”* marca la orientación que debe darse al uso *“eficiente”* de los *“recursos”*, de los medios disponibles, por lo tanto, aquí, la orientación de la acción empresarial y personal como Institución, así como empresarios y como directivos en su relación con la Sociedad.

Los *“medios”*, el uso de los medios está en función de los objetivos instrumentales económico-sociales que articulan las reglas del *“cálculo económico”* que corresponden al nivel analítico, técnico de la economía que en el magnífico planteamiento de López Quintas se trata del nivel 1.

Pero hay que orientar la configuración de los objetivos instrumentales, hay que darles *“valor”*, vida con lo que estamos en otro nivel de análisis lógico, en el nivel del *“fin último”*, niveles 2º y 3º de López Quintas de los valores en que se sustenta. Esta es la *“realidad”* que existe y se crea y que configura una determinada cultura: *“It is significant because it reveals relationships which are important to us due to their conexión with our values”*.

Por consiguiente, la configuración de la *Responsabilidad Social Corporativa* está en función de los *“fines últimos”* que persigue esa empresa que son los que orientan, los que dan valor a la acción empresarial en la forma en que se configuran corporativa y organizativamente los procesos de coordinación económica y social. Para Friedman *“positive economics is in principle independent of away particular ethical position or normative judgements”* aclarando, con la cita de Keynes *“...as Keynes say, it deals with “what is” not with “what ought to be”*. Lo que corresponde al análisis del nivel 1, de López Quintas, el *“análisis económico”* técnico. La *“Responsabilidad Social Corporativa”* descansa, sin embargo, en los niveles 1,2 y 3 en el marco del sistema de valores.

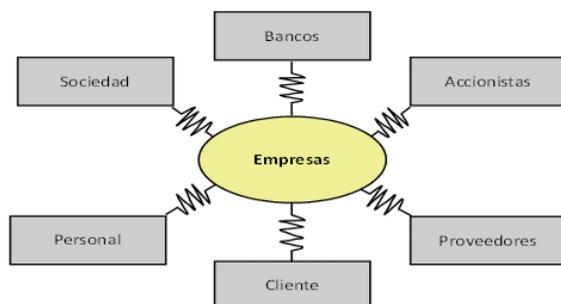
Este planteamiento de Friedmann corresponde en los términos señalados al “análisis económico”, al nivel 1, de López Quintas. Así una orientación al *shareholdervalue*, esto es, la asunción del objetivo de maximización del valor bursátil para el accionista, que modifica Gredhart en los términos siguientes: “*the guiding principle of business value creation is a refreshingly simple construct: companies that grow and earn a return of capital that exceeds their cost of capital create value*” ...*But we believe the current debate has muddled a fundamental truth: creating shareholdervalue is not the same as maximizing short-term profits...*”. Se trata de corregir la primera orientación del planteamiento positivista de la empresa introduciendo en el siempre complejo problema del factor tiempo en la economía: el cortoplacismo versus el largo plazo.

En el cortoplacismo dominante hoy en la cultura económica y empresarial no tiene realmente cabida la *Responsabilidad Social Corporativa*, este es su principal problema, pero mantiene que “*shareholder-oriented capitalism is still the best path to broad economy prosperity, as long as companies focus the long term*”.

Se trata de una definición interpretativa del largo plazo en búsqueda de la *sostenibilidad* en el tiempo. Pero no se entra en la definición de los “*finés últimos*”, mejor dicho, que el “fin” de la maximización a largo plazo del valor bursátil sea la mejor configuración corporativo-organizativa de la empresa para la Sociedad. Es una variante del pensamiento positivista de Friedman con todos sus componentes instrumentalistas como las *stockoptions*, la articulación de las *retribuciones*, la configuración de los *órganos de gobierno* y la construcción de las diversas teorías de agencia. En este contexto no existe más que esa forma de asumir la responsabilidad de la empresa en la Sociedad, hoy en base a un “*capitalismo financiero*” que fue precedido por un “*managerial capitalismo*” hasta los años 80.

El otro concepto de Empresa y en su relación con la Sociedad corresponde a la interpretación tradicional centroeuropea que implica la interpretación de los diferentes grupos sociales que conforman la Sociedad desde la perspectiva económico-social de la empresa: *stakeholder*. En esta concepción de la empresa el largo plazo es el constitutivo de la propia configuración empresarial, no es una Institución de corto plazo, ya que los procesos de coordinación económico-sociales se asientan sobre valores integrados en el Orden Societario. Lo que en Centroeuropa fue la tradición teórica y práctica de la acción de la empresa y del empresario en la Sociedad. En una representación gráfica, como se establece en la figura 4, se reflejan los diferentes grupos económico-sociales implicados en el proceso de coordinación económico-social de la empresa.

**LOGRAR EN UNA EMPRESA UN DESARROLLO SALUDABLE Y SOBREVIVIR
EXIGE UN EQUILIBRIO DE LOS INTERESES DE TODOS LOS PARTÍCIPES**



Todos los participantes luchan por la maximización de sus ventajas



Elaborado por: Prof. Dr. Michael Mirow

Figura 4

La integración de los diversos grupos societarios con mayor o menor peso en cada momento, implican, en general, procesos largoplacistas en el entramado empresarial, por ejemplo, el "Hausbank" que hasta los años 90 establece las relaciones "banco-empresa", o la "formación dual" empresarial, que establece a largo plazo la relación entre las personas y la Institución, etc.

Esta orientación integradora de los diferentes grupos económicos y societarios genera el largo plazo, ese es el largo plazo basado en la "confianza" que articula la coordinación de los procesos económico-sociales. Son procesos largoplacistas, lo que exige un "espacio común", un "bien común", que se asienta sobre "valores" compartidos orientados al desarrollo integral de la persona. La economía es, por esencia, largoplacista, en el cortoplacismo no hay economía, hay especulación, procesos "sin la persona", lo que corresponde al "capitalismo financiero" o a la "financiarización" que han configurado no solo la articulación corporativa y organizativa, sino incluso los procesos de dirección y de asignación de los recursos.

3. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: SU CONFIGURACIÓN INSTITUCIONAL Y ORGANIZATIVA

3.1. En búsqueda de la legitimación Societaria de la Empresa

La contribución que debe realizar la *Responsabilidad Social Corporativa* es “legitimizar” el papel de la empresa en la Sociedad. Esto es, los productos y servicios que constituyen la actividad empresarial básica contribuyen eficientemente al desarrollo de las personas, tanto de la propia organización como de la Sociedad. Y sobre esa actividad constituyente de cada empresa se articula su *Responsabilidad Social Corporativa*. Como bien señala Polmann, CEO de Unilever: “Every company makes a significant contribution to society. At the most basic level businesses offer goods and services people want. In the process, they provide capital, jobs, skill, ideas, and taxes. But many companies don’t emphasise that contribution”. Involucrar esta actividad básica tanto al sistema de los factores elementales (personas, materias primas, equipos) como al sistema de factores dispositivos, (actividad empresarial, planificación, organización y controlling), por lo que se relaciona la empresa con los distintos grupos involucrados en estos procesos (*Stakeholder*) con una clara incidencia en la Sociedad, ante la que debe *legitimizar* su acción. Esto es, la empresa dispone de una Cultura que descansa en un sistema de valores empresariales, y la Sociedad descansa, a su vez, en el sistema de valores que determina su jerarquización. El análisis de esta relación debe lograr una “*aceptación*” por parte de la Sociedad de la actuación de la empresa, del uso que hace realmente de los valores en su contribución básica a la Sociedad, con lo cual se genera “*confianza*” y reduce radicalmente los “*costes de coordinación*” entre la Empresa y la Sociedad.

Si la *Responsabilidad Social Corporativa* se centra en el funcionalismo de los procesos empresariales para “cubrir” sus deficiencias y no se encuentra vinculada a su actividad básica será una actuación de corto plazo, de salvar circunstancias, vinculadas al “*Senior executive rather than the value they deliver. This Programmes are therefore vulnerable when Management change or cost are cut*”. Es por lo que Albach, tal como ya hemos mencionado, reclama la responsabilidad en estas circunstancias desde un “*código ético*” que supere la orientación cortoplacista del directivo y reestablezca el largoplacismo en base al “*código ético*” de la Institución. De forma que se supere la cortedad de los tiempos de permanencia de los directivos en su cargo y se centre la “*Responsabilidad Institucional*” como el marco de referencia ética.

Idéntica es la valoración que señala Porter y Kramer que resumiendo señalan: “*a hodge-podge of incoordinate RSC and Philanthropic activities disconnected from the company’s strategy that neither make any meaningful social impact nor strenghten the firm’s long-term competitiveness*”.

Tanto en la interpretación Centroeuropea señalada por Homann y Albach, entre otros, y la interpretación reflejada en directivos anglosajones, las características del planteamiento de la *Responsabilidad Social Corporativa* descansan en:

- La *actividad propia de la empresa* y la configuración de los procesos internos y externos que la conforman
- La *Cultura* realmente existente y practicada de la empresa que se refleja en sus sistemas de valores como clave de su actuación Institucional y personal.
- La *sostenibilidad* de la empresa y su planteamiento *largoplacista* en su responsabilidad societaria
- Su orientación a la *contribución a la Sociedad* para el desarrollo integral de las *personas* que logran con sus prestaciones
- Lo que implica la responsabilidad de la empresa en la *creación de empleo*, desarrollo de las personas a lo que Albach define como: *"I call this the problem of social responsibility of the firm"*.

Albach ha considerado la necesidad de este "*código conducta*" institucional para aquellas grandes corporaciones en las que los CEO'S no tienen una permanencia más que de corto plazo, lo que se ha acentuado cada vez más en plazos inferiores a cinco años y, por lo tanto, no son capaces de asumir los sistemas de valores de esa identidad, de la cultura identitaria de esa empresa por lo que considera

- La necesidad de disponer de un *código ético* que involucre el largo plazo obligando al cumplimiento de las normas éticas
- Los problemas éticos surgidos a nivel directivo que afectan a su retribución, actuación en órganos de gobierno, ya que *"greed of top managers has destorye all trust in Society that corporation elect ethical people to top positions. I will call this the problem of ethical responsibility of the individual top manager"*.

Si centramos el paradigma económico en el desarrollo integral de la persona y centramos la conceptualización de la "*Responsabilidad Social Corporativa*" en el enfoque del "*fin último*" de la economía: la persona, tanto en su comportamiento individual como en su rol en los procesos institucionales de la empresa se puede diseñar el siguiente concepto de ética y responsabilidad social.



Figura 5

Puede apreciarse que la *Responsabilidad Social Corporativa*, implica los valores reales que afectan a todos los procesos que integran la actividad principal de la empresa, interna y externamente, configuradores de la acción empresarial, lo que tienen que asumir las personas tanto desde la dimensión de una ética individual, que afecta al mismo directivo, y la ética social que implica la organización como Institución y el impacto de la Cultura Normativa existente en esa Sociedad legal, económico-social vigente. La institución debe generar y constituir el marco garante del comportamiento ético de las personas.

El desarrollo de la *Responsabilidad Social Corporativa* debe centrarse en estos cuatro ámbitos que se reflejan en la figura 5 en lo que afectan a su consideración en la contribución de la Empresa en la Sociedad, centrándonos en la persona tanto como el “*fin último*” de la contribución de la empresa, de la persona y de sus valores también a la hora de configurar la jerarquización individual de los mismos y su impacto en el diseño de la organización, tanto interna como externamente.

La dimensión interna en cuanto a las formas organizativas orientadas al desarrollo de las personas en la empresa marca los espacios en los cuales debe ser observada también la ética individual y aquellas otras dimensiones externas que afectan a la configuración de la empresa, base de la contribución que realiza a través de sus productos y servicios al mantenimiento de un Orden Económico-societario que impulse el desarrollo de las personas. Por ejemplo, un Ordenamiento de una Economía de Mercado o una actividad en el contexto de la dimensión de la Política Social se mantiene vigente en la medida en la que el sistema de valores de todas y de cada una de las empresas y personas contribuya al mantenimiento de la misma.

No es suficiente con la norma legal, sino que es necesaria la norma basada en los valores de las personas y de las instituciones que permanentemente están contribuyendo a la vigencia de ese Ordenamiento Económico-social que rige en esa Sociedad.

Este es uno de los elementos importantes a introducir dentro de la *Responsabilidad Social Corporativa*, ya que frecuentemente no se tiene en consideración que el papel societario de la empresa es contribuir a que ese desarrollo de las personas tenga lugar dentro del Ordenamiento del sistema de valores de esa Sociedad que permitan a la persona generar “*confianza*” en el futuro y, al propio tiempo, garantizar una perspectiva largoplacista para su propio desarrollo. Afecta, por consiguiente, al Ordenamiento Económico, al Ordenamiento Laboral, al Ordenamiento Fiscal, al Ordenamiento Educativo, etc., en base a su actividad empresarial de forma que se genere el largo plazo como consecuencia de su acción empresarial.

El problema de la *sostenibilidad* constituye el punto de referencia clave de toda la construcción de la *Responsabilidad Social Corporativa*.

3.2. La Dimensión Corporativa de la Responsabilidad Social Corporativa

La asunción y la realización de la *Responsabilidad Social Corporativa* va más allá de un mero Informe sobre cómo realizan las empresas y su personal su actividad básica. Cuando en los años 60 y 70 se plantea el debate de la “Reforma de la Empresa” se centró, de forma dominante, en la estructuración del marco normativo, en particular, en torno al tema de la *configuración del poder* en la empresa. Pero en los años 70 se centró la preocupación de la *Responsabilidad* en torno a la seguridad del producto, a la protección del medio ambiente y al crecimiento empresarial. Y en la primera década de este siglo, en los años 2000, fueron dos las fuerzas principales del debate de la empresa en la Sociedad: el paro y el “*greedcycle*”. Lo que implicó la asunción de que “...*el desempleo estaba directamente vinculado con la maximización del shareholder value*”, lo que impulsó a las empresas a desarrollar la “*Responsabilidad Social Corporativa*” como “*driver of corporate policy*”, dada la pérdida de confianza de la empresa en Estados Unidos y en Gran Bretaña en más del 45% de la Sociedad y la fuerte especulación bursátil con un 70% de transacciones que se mantienen solamente “pocos segundos” las acciones en Estados Unidos, tal como señala Barton, Manager Director de McKindsey. Es por lo que recomienda el mismo Barton la necesidad de una reforma del sistema capitalista de manera que la empresa recupere la fuerza creadora para que “...*consiga la confianza de la Sociedad*”, lo que exige una reestructuración sistémica que afecta a la dimensión corporativa: va más allá de la dimensión Institucional y Organizativa, esto es, la articulación funcional de los procesos configuradores de la actividad empresarial.

La Empresa como Corporación, como comunidad de personas involucradas en la generación de productos y servicios (*stakeholders*), implica una dimensión más allá de las normas técnico-económicas, las normativas legales que enmarcan los procesos de la actividad empresarial.

Implica el sistema de valores, la dimensión ética que debe regir en toda comunidad humana, así como su jerarquización que debe asegurar la ejecución de esos valores en la realidad de la empresa, ya que como señala Gerstner (IBM): “*I think values are really, really important, but I also think that too many values are just words*”. El diálogo Empresa-Sociedad se hace a

nivel corporativo entre comunidades humanas, con sus sistemas de valores que tienen que coordinarse, así como su jerarquización al objeto de asentar los fundamentos que aseguran la viabilidad de las normas y encuadra la conducta de las personas. Es por lo que la acción corporativa de la empresa, como comunidad humana, implica la definición de los valores reales que se practican en toda la actividad empresarial de forma que se genere la *confianza* necesaria sobre la manera en la que la empresa realiza su actividad básica, genera productos y servicios, que contribuyen al desarrollo de la persona y de la Sociedad que configura.

Se trata, por tanto, de un diálogo entre Empresa y Sociedad, entre sus sistemas de valores que rigen los procesos empresariales y la configuración de los valores en la Sociedad que se refleja en el Ordenamiento Económico-Societario, Ordenamiento que constituye ese marco corporativo que, como recalca Albach: *"Institutions are made to set clear limits to greedy behavior of individuals"*. Lo que afecta a la configuración de los órganos de gobierno, a las remuneraciones y a los comportamientos de directivos y el conjunto del personal, así como a la forma de entender el "trabajo" como si fuese *"propio"*. Lo que puede verse en el análisis de Barton *"dirigir como un propietario"* o en la *propia Doctrina Social de la Iglesia*. Y ello afecta de manera directa al tema, por un lado, del mercado de trabajo externo, así como a la forma de entender el diseño organizativo de la empresa, pues ambos son clave para la sostenibilidad de la empresa basada en el desarrollo de las personas. La Política laboral y la Política Interna de Dirección de las personas en la empresa son la clave del éxito corporativo, generación de *"confianza"* en la Sociedad que hace posible la existencia de la empresa a largo plazo: *"Legislation can do a lot to initiate more favorable regulation of the labor market but it cannot do very much about restoring trust in the companies or to prevent companies from losing it"*.

Lo que permite definir el contenido de un planteamiento corporativo de la responsabilidad de la empresa en la Sociedad de forma que *legitimice* su papel en la Sociedad al contribuir al desarrollo de la persona consolidando su propia existencia merced a su contribución con productos y servicios, su actividad básica, lo que supone asentar esta dimensión corporativa en relación con la Sociedad en la que se desarrolla en los siguientes Principios:

- La dimensión corporativa de la empresa implica tanto el análisis de los *valores* como el de los niveles de implantación de los mismos en la actividad básica de la empresa
- Implica la Responsabilidad Social Corporativa siempre el *largo plazo* y la contribución a la *propia sostenibilidad*, así como su contribución a *largo plazo a la Sociedad*,
- Es siempre una valoración de la actividad al *desarrollo de la persona y de la Sociedad*
- El *largo plazo* es la clave de la Responsabilidad Social Corporativa. La contribución que realiza la empresa en los diferentes ámbitos de generación de productos y servicios a *largo plazo*
- El *sistema de valores* de la empresa debe asegurar la actuación a *largo plazo* como Institución. Lo que implica que las personas permanecen a *largo plazo* compartiendo los valores que aseguren su comportamiento en el marco del sistema de valores de la empresa

- Si la persona, como CEO, solo permanece un periodo corto en la empresa se precisa de un “código ético” institucional para asegurar su comportamiento conforme a los valores de la Institución
- La Empresa como Corporación es la que debe garantizar la priorización de los valores que identifica la empresa a largo plazo. Es el marco que va más allá de las normas técnico-económicas y legales que impone la dimensión legal de la empresa. Son estos valores los que afirman la acción ética de la empresa, es el marco de la acción individual y su responsabilidad frente a la Sociedad

Por consiguiente, el seguimiento implementador de los valores de la empresa como comunidad humana constituye la clave de la *Responsabilidad Social Corporativa* en todos los procesos configuradores de la actividad de la empresa. Se asume que la persona considera los valores inmersos en su Cultura Empresarial. Por tanto, la corporación institucionaliza la *legitimación de la empresa en la Sociedad* cuando la persona actúa en el largo plazo en su acción empresarial. En caso de que no se de el largo plazo en la persona hay que implementar, como se ha señalado, un código ético, “normas éticas”, que impongan los límites del comportamiento individual. Este es el problema de las Corporaciones en las que los directivos permanecen un periodo de tiempo corto en sus funciones concretas al frente de la compañía y no han podido o no han asimilado los valores correspondientes a su Cultura empresarial. Sin embargo, la empresa como Institución corporativa tiene que garantizar a la Sociedad los límites del comportamiento de ese directivo a través de estos “Códigos Éticos” en el caso de que la empresa no tenga una Cultura implícita en la que las personas han asumido los valores que marcan a la empresa como Corporación en su diálogo con la Sociedad y sus valores.

La *Responsabilidad Social Corporativa* da forma precisamente a esta configuración *intangible* de la comunidad humana en la que descansa la articulación funcional e instrumental de la actividad empresarial generadora de bienes y servicios que contribuyen al desarrollo de la persona.

3.3. La persona como eje de la Responsabilidad Social Corporativa

La *Responsabilidad Social Corporativa* de la empresa debe ser ese *marco intangible* de la empresa, más allá de las normas positivas, pero que precisan soportarlas en la *dimensión ética* de la empresa como Institución corporativa, como comunidad humana que responde ante la Sociedad. Sobre este concepto de la *dimensión ética de la empresa* debe conceptualizarse la *Responsabilidad Social Corporativa* ante la Sociedad.

Como señala un reputado penalista, el Prof. Tiedemann, es necesario dar este paso hacia el “*gobierno de las empresas*” y a la definición ética del espacio empresarial al señalar: “*los tribunales nacionales deberían considerar además las reglas de la Lex Mercatoria en la interpretación de los tipos penales del derecho penal económico. De esta forma se puede quizás establecer una renovada ética empresarial, al lado de normas legales estrictas para campos especialmente sensibles en lo económico, como en el ámbito de las finanzas, en la construcción y en el de la salud*”. Y este reflejo

de una “*renovada ética económica*” configura lo que debe ser la *Responsabilidad Social Corporativa*, tanto en su implantación en el marco intangible de la propia Organización Corporativa de la Empresa como en la configuración de la presentación de la misma a la Sociedad.

Si se quiere disponer de una Sociedad estable y sostenible se debe impulsar el largo plazo en la empresa y en la persona, para lo que se precisa de empresas cuya actividad generadora de productos y servicios para contribuir al desarrollo de las personas genere la “*cooperación*” necesaria para reducir *los costes de coordinación* en base a la *confianza* generada. Lo que no solo se logra con la observación de las normas técnico-legales, sino con la disposición de los valores que asuman las personas en su contribución a la Sociedad. Son estos valores los que aseguran la *sostenibilidad a largo plazo* de la persona y de la empresa, mientras que las normas técnicas son, por esencia, cambiantes, cortoplacistas en general.

Sin este marco ético, valores integrados en la Cultura empresarial, no es posible integrar el futuro en el diseño Institucional. Son los valores los que generan la “*confianza*” de que la empresa y sus personas sean capaces de asumir los procesos de transformación y seguir realizando los cambios tecnológicos, económicos, sociales etc. que garanticen la sostenibilidad y la *inclusión* de la persona en los procesos económicos, sociales y empresariales.

La *Responsabilidad Social Corporativa se asienta en la persona*. Su desarrollo tiene lugar en el *marco de lo intangible*, de los valores que hacen factible organizaciones eficientes basadas en la *confianza* generadora de futuro: se asienta en el reflejo de la ética en el sistema de valores de la empresa como corporación en el espacio que asumen las personas.

La *recuperación ética* de la Institución y de las personas son los dos ejes que deben perfilar esta “*organización intangible*” de la empresa, así como la delimitación del espacio ético del directivo, del personal que asegura más certidumbre y la aceptación de los procesos de transformación organizativo-Institucionales, cara a su futuro. Solamente cabe una interpretación de la *Responsabilidad Social Corporativa* y es cuando se centra la conceptualización y el desarrollo de la actividad empresarial y el comportamiento de las personas en las organizaciones en una visión de futuro y no de pasado de la organización del papel de la persona.

La Responsabilidad Social Corporativa tiene, por tanto, que plantearse en torno a

- 1) La *persona* y su dimensión Institucional-organizativa
- 2) La configuración del *futuro* más que del pasado generando sostenibilidad para la persona y para la Institución
- 3) La fundamentación de la “*norma a cumplir*” en la “*dimensión tangible*” de la empresa que descansa en la Cultura empresarial forjada en el sistema de valores que refleja la dimensión ética de la empresa y de la persona involucrada en la misma
- 4) Las “*normas tangibles*” no se realizan, no se observan por el mero trato legal, penalizando en caso concreto su incumplimiento, sino que se debe lograr una Cultura empresarial con los valores que afiancen a la persona en su cumplimiento, en la dimensión ética de la economía.

- 5) Contribuye la *Responsabilidad Social Corporativa* de la empresa, la “corporación”, que refleja una Comunidad humana, al diseño en la “organización” de la “dimensión intangible” de la empresa, de sus “sistemas de valores”, su dimensión ética constitutiva del “fin último” de la economía: desarrollo integral de la persona y su impacto en el desarrollo de los procesos empresariales. Y ello no tanto como “rendición de cuentas”, que corresponde a la “dimensión tangible” de la empresa, sino en la transparencia que genera la explicitación del impacto de los valores en la acción directiva del personal, así como de la propia organización cara al futuro y a la Sociedad.
- 6) El futuro de la empresa no solo es incierto e implica riesgos, sino que implica también grandes oportunidades que son las que definen la acción empresarial. Pero ese futuro descansa en la “confianza” de las personas implicadas en la empresa y en la Sociedad en cuanto a la configuración del futuro y en lo que define el marco cultural, los valores que implican y la disposición de las personas a asumírselos en todos los procesos empresariales. Es la *Responsabilidad Social Corporativa*, por lo tanto,
- » Diseño de futuro generador de “confianza”, lo que reduce los “costes de coordinación” entre las personas y entre las Instituciones, lo que hace posible la actividad empresarial. Es el marco ético de la acción económica
 - » Genera “certidumbre” como marco de la acción de adaptación y proceso de transformación de toda actividad empresarial con todas sus consecuencias en la estabilidad y sostenibilidad, tanto de la persona como de la empresa y de la Sociedad
- 7) Tiedemann señala a la “Lex Mercatorum” como forma de encauzar en el Medievo la actividad empresarial en la que el “comerciante honrado” (el “Ehrbare Kaufmann”) establece tanto la “dimensión tangible”, las normas del “buen comerciante” como la “dimensión intangible” que generaba la “confianza” en su acción, lo que impulsó el desarrollo de la actividad y de las Sociedades de aquel entonces.

El papel societario de la empresa y del empresario, el del directivo y el del personal, es la clave del Ordenamiento Económico-societario. Y esto no se puede “normativizar” en su conjunto, sino que esta “dimensión intangible”, los valores que generan certidumbre y dan confianza son los que dan la forma a la acción de la persona en la vida económica y social orientada al “fin último” de la economía: el desarrollo integral de la persona.

La empresa es la clave del desarrollo societario y va más allá de las puertas de la fábrica (“Köhler”).

4. PROPUESTAS Y CONCLUSIONES

- 1) El debate tanto teórico como en la praxis empresarial en torno al concepto de “*Responsabilidad Social Corporativa*” no solo es disperso y confuso frecuentemente, sino que en muchas de las circunstancias llevan a serias contradicciones sobre el papel de la empresa en la Sociedad. Se genera muchas veces como un tipo de respuesta ineficiente a situaciones críticas derivadas de actuaciones empresariales difícilmente aceptables no solo desde el punto de vista societario, sino también desde la propia sostenibilidad empresarial.
- 2) La empresa para su desarrollo y su sostenibilidad precisa legitimarse permanentemente en la Sociedad, pero también ante su propia organización. Su legitimación genera esa *confianza* que la empresa como Institución organizativa precisa para generar los procesos empresariales eficientes reduciendo los “*costes de coordinación*”, tanto internos como externos, tanto organizativos como Societarios. Lo que va más allá de la mera y ya de por sí compleja dimensión técnico-económica de la empresa. Sin esta *legitimación* generadora de *confianza* no saldrá la empresa de la dimensión cortoplacista en la que erróneamente se ha metido, la pérdida de su dimensión económica en aras de la “*financiarización*”, lo que ha llevado a la pérdida de su dimensión societaria, de su dimensión social, permaneciendo en el mero plano instrumentalista de la economía con corto alcance en la solución de los problemas.
- 3) La conceptualización de la Responsabilidad Social Corporativa se debería centrar de forma precisa y clara sobre cuál es el rol de la empresa en la Sociedad, por un lado, y cuál es su identidad corporativa, de su comunidad humana, que facilite esa dimensión Institucional Organizativa. Esta es la contribución que se pretende presentar aquí de forma que tanto teórica como en la praxis empresarial nos acerquemos a la realidad que le corresponde a la empresa en el contexto Societario. Sin esta aproximación a la realidad corporativa, en su dimensión humana, no logrará la empresa su permanente legitimación, base fundamental para la creación de la “*confianza*” necesaria para su éxito, tanto en los términos de eficiencia económica, como de contribución al desarrollo de la persona y de la Sociedad.
- 4) La legitimación de la Empresa en la Sociedad es la clave básica para la estabilidad de la Sociedad, así como para su sostenibilidad Social y Política. La empresa tiene una dimensión que va más allá tanto de su Instrumentalización técnico-económica como de su mero reflejo contractualista.

La empresa es el pilar del desarrollo de la Sociedad y el desarrollo de las personas, constituye el contexto generador del trabajo, base fundamental del desarrollo de la persona. Es por lo que no puede reducirse a una mera entelequia técnico-económica. Esto no funciona si no se orienta al “fin último” tanto de la economía como de la técnica: el desarrollo integral de la persona. Es la empresa donde se implica la persona y la que articula en la Sociedad la respuesta a su crecimiento. La persona a través de sus competencias técnico-económicas y sociales es la que genera el crecimiento a través de la empresa, no es el crecimiento económico la que genera el empleo.

- 5) La *Responsabilidad Social Corporativa* implica, por lo tanto, las dos dimensiones que abarca la realidad: la dimensión de “*lo tangible*” esto es, los procesos configuradores de los aspectos técnico-económicos y la dimensión de “*lo intangible*”, la dimensión ética de la empresa. La eficiencia en los procesos técnico-económicos lo aporta la dimensión “*intangible*”, la persona, sus capacidades técnico-económicas, sociales, esto es, su sistema de valores y su reflejo en la “corporación humana que configura”. El reduccionismo de la empresa al “contractualismo” es el gran error. El afianzamiento de los “contratos” descansa en los valores que los sustentan. Sin ellos, los “contratos” no tienen valor, no tienen vida, pues descansan en la “confianza” que dan los valores personales y corporativos. Van más allá del positivismo normativo, se precisa del “*ehrbare Kaufmann*”. Lo legal se asienta en el sistema de valores, en su realización que lo sustenta.
- 6) Es por lo que la *Responsabilidad Social Corporativa* que persigue la aceptación de la Empresa en la Sociedad, su legitimación descansa básicamente en la dimensión ética de la economía y de la empresa integrando en la dimensión corporativa de la misma.: su “*dimensión intangible*” que corresponde a la persona. Esto es el “fin último” de la economía: el desarrollo integral de la persona. Lo que exige recuperar el largo plazo como condición *sine qua non* del desarrollo de la persona y de la empresa. esto es, su sostenibilidad como garantía de su papel en la estabilidad de la Sociedad.
- 7) La “*dimensión tangible*” de la “*Responsabilidad Social Corporativa*”, los procesos técnico-económicos, que vinculan Sociedad y Empresa para lograr su “fin último” de contribuir con sus productos y servicios al desarrollo de la persona, exige considerar las dos dimensiones que entienden estos procesos técnico económicos:
- El Orden Económico-societario que define la Sociedad en torno al sistema de valores y su jerarquización estableciendo el espacio común, abierto y responsable de la actuación empresarial
 - Su instrumentación en base a las dos instituciones que instrumentalizan los dos procesos de coordinación técnico-económica: el Mercado y el Estado generando las normas positivas reguladoras de la economía y de la empresa.
- 8) La articulación de ambas dimensiones, “*la intangible*”, los valores societarios y la “*tangible*”, los procesos articuladores de la transformación técnico-económica generando productos y servicios, constituyen la base conceptual de la *Responsabilidad Social Corporativa*.
- Lo cual implica ir más allá de la norma del Derecho positivo (compliance) integrando la dimensión ética de la economía y de la empresa en su Cultura empresarial que garantice institucionalmente el comportamiento correcto y eficiente de la Institución, de sus directivos y de todo el personal. Y ello en una clara orientación
- Al desarrollo de la *persona* como el “fin último” de la acción técnico-económica
 - El *Largo plazo* como clave de la *sostenibilidad* y la capacidad de cambio y transformación en el tiempo de los procesos

- La generación de una *dimensión societaria de una economía* que en base a su eficiencia dé respuesta eficiente al desarrollo de personas que no tengan capacidad de acción por diversos motivos a los procesos técnico-económicos (Política Social)
- 9) La empresa debe dar a conocer su *verdadera contribución integral a la Sociedad* desde el “fin último” de su acción empresarial: el desarrollo integral de la persona en base a su actividad básica de generar productos y servicios que articula mediante sus objetivos instrumentales técnico-económicos y sociales configurando ese espacio común, ese “*bien común*” que hace posible tanto la sostenibilidad de la Sociedad como de la empresa asegurando su capacidad de adaptación con la mira puesta en el sistema de valores que dan vida a las “normas positivas”. Sin el sistema de valores no se legitima la Empresa ante la Sociedad por lo que no se genera la *confianza* necesaria para el funcionamiento de la norma positiva que darán estabilidad y sostenibilidad. De ello depende, por lo tanto, la existencia de la empresa y su resultado, así como su aceptación societaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBACH, H. (1967), "Un modelo de Crecimiento de la empresa", en Boletín de Estudios Económicos, número 71, Universidad Comercial de Deusto.
- ALBACH, H. (2006), "Do we need a code of corporate ethics?, Fiduciary Duties, Untreue und Profiles of Corporate Irresponsability", en ZfB, special issue, I/2006, pp.33-42
- ÁLVAREZ RUBIO, J. J. (2016), "Ciencia y Sociedad. Los valores cívicos e influencia Cultural de la Ilustración Vasca: La RSBA y los Caballeritos de Azkoitia", Ponencia en el XXV Congreso de la Asociación Alexander von Humboldt España, Bergara (Manuscrito)
- ÁLVAREZ SAINZ, M. Y APELLÁNIZ VALLE, K. (2016), "Gestión de personas y conocimiento: retos empresariales para el siglo XXI-el caso ner Group" Ciencias Sociales 21, Universidad del País Vasco, Bilbao
- ALVIRA, R. (2014), "The true value of CSR. Corporate identity and Stakeholder perception", ed. Fryzel, B. Palsgrave-McMillan, New York, pp.3-14
- ANTAL, A. B., DIERKES, M., MC MILLAN, K. MARZ, L. (2000), "Corporate Social Reporting Revisited", en: Journal of General Management, Vol.28, Núm.2, volIV, pp.22-42
- BARTON, D. (2011), "Zeit zu Handeln" en Harvard Business Manager, Mayo 2011
- BECKMAN, M. ENSTE D. H., GOLDSCHCERIDT, N., HEMEL, H., LIN-HI, N. Y WINNING, A. (2011), "Was ist Corporate Social Responsibility?", ed. Roman Herzog Institut, Múnich
- BEINHOCKER, E. HANNAUER, N. (2014), "Redefining capitalism", en McKindsey Quaterly, Septiembre 2014
- BONINI, S. KOLLER, T.M. Y MIRVIS, PH (2009), "Valuing social responsibility programs", en McKindsey
- BROWNE, J. Y NUTTAL, R. (2013), "Beyond corporate social responsibility: integrated external engagement", en McKindsey, Marzo 2013
- CARNEY, M. (2014), "Inclusive capitalism: creating a source of the systemie", Bank of England, Speech, 27 de Mayo 2014
- DAVIS, I. (2005), "The biggest contract", en The Economist, núm.27, 27 de Mayo 2005
- DAVIS, I. (2014), "Reflection on Corporate longevity", en: McKindsey Quaterly, Septiembre 2014
- DIERKES, M. Y ULLMANN, A. (1977), "Actitudes de los empresarios europeos ante el tema de la Reforma de la Empresa. Resultados de una encuesta internacional", en Forum Universidad-Empresa, Fundación Universidad-Empresa, Junio 1977 Madrid
- DURÁN HERRERA, J. J. (2011), "Gestión en valores en la empresa socialmente responsable", en Revista de Responsabilidad Social de la Empresa, núm.9, Vol.3, Diciembre, pp.41-69

- ENSTE, D., EYERUND, TH., SCHNEIDER, R., SCHMITZ, E. VAN BAAL, S. (2016), "Die Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen angesichts neuer Herausforderungen und Megatrends", Bertelsman Stiftung, Gütersloh
- ERHARD, L. (2013), "Die Gefährdung der Freiheit durch eine nur auf konsens bedachte Politik" reproducido en FAZ, núm.284, Diciembre 2013, p.12
- FRIEDMANN, M. (2008), "The methodology of positive Economics", en: *The Philosophy of Economics, An Antology*", ed. D. M. Hausmann, Cambridge University Press, pp.145-178
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. (1982), "Responsabilidad Social y Balance Social de la empresa", Fundación Mapfre, Madrid
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. (1979), "Poder en la empresa", en *Conferencias y Trabajos de Investigación del IDOE, Núm.34*, IDOE, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. (2008), "Wo bleibt der Mensch in unserer Wirtschaftsordnung?", en "Mensch und Okonomie", ed. por Sackman, S.A., Gabler Verlag, Wiesbaden, pp.23-46
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. (2011), "Problemas de Organización Empresarial de los Programas de Compliance", en *Conferencias y Trabajos de Investigación en IDOE, núm. 342*, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. (2014), "La figura del empresario en el Ordenamiento económico-Societario", en *Conferencias y Trabajos de Investigación del IDOE, Número 360*, IDOE, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares.
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. (2014), "El factor trabajo, recurso privilegiado", en *Conferencias y Trabajos de Investigación del IDOE, Número 369*, IDOE, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares.
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. (2015), "Ordenamiento económico-social en la Globalización: orientación del management internacional. En su consideración ético-económica", en *Conferencias y Trabajos de Investigación del IDOE*", IDOE, núm.376, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. (2016), "La confianza clave de la acción Científica, económica y empresarial- La dimensión económico-social de la acción humana", en *Conferencias y Trabajos de Investigación del IDOE, IDOE, núm.387*, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares
- GARCÍA ECHEVARRÍA, S. Y DEL VAL, M.T. (2016), "Freundschaft als schlüssel wissenschaftlicher Entwicklung, zur gesellschaftlichen Dimension der Wissenschaft", en "Wissenschaft als Beruf und Berufung", ed. Voigt, K., Sethik, U., Kayser, S. y Pruss, K. D., Bonn University Press, Bonn
- GESTNER, L. (2014), "Lou Gerstner on corporate reinvention and values", en: *McKindsey Quaterly*, Septiembre 2014 (Entrevista)
- GOEDHART, M., KOLLER, T. Y WESSELS, D. (2015), "The real business of business", *McKindsey*, Marzo 2015

- GRANT, A. (2013), "Givers take all: the hidden dimension of corporate Culture", en *McKindsey Quarterly* April 2013
- GUTENBERG, E. (2001), "Economía de la Empresa: Teoría y Práctica de la Gestión Empresarial", 6ª ed., ed. Deusto, Bilbao
- HABISCH, A. (2006), "Ein Unternehmen ist kein Sozialamt", en *Handelsblatt*, Núm.214, noviembre 2006
- HOMANN, K. (2015), "Wir sind mit unseren intuitiven Moralvorstellung noch nicht in der Moderne angekommen", en: *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, 2015, 16 (I), pp. 44-56
- HUBERT, F. (2016), "Neue Institutionenökonomik" en: *WISU* 8-9/16, pp.892-896
- JESKE, J. (2013), "Erinnert euch an Ludwig Erhard", en *FAZ*, núm.48, p.31, 1 de Diciembre 2013
- JOHNSON, R. EN STORBECK, O. (2012), "Okonomie-Eine Disziplin mit vielen Baustellen", en: *Handelsblatt*, Frankfurt 23 enero 2012
- KEITEL, H.P. (2009), "El futuro de la Economía Social de Mercado", en: *Documentos a Debate*, núm.26, IDOE, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares
- KHURANA, R. (2007), "From Higher Aims to Hired Hands", Princeton University Press, Princeton
- KIRZNER, T. M. (2016), "Unternehmerisches Handeln hält Verschwendung und Ineffizienz in Schach", en *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, 2016, 17 (2), pp.144-150
- KÖHLER, H. (..), "El empresario en la Sociedad", en: *Documentos a Debate*, Núm.5, IDOE, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares.
- LEIBLE, S. (2016), "Universidad, Economía y Región: el papel de la Universidad Alemana en la integración de las empresas locales en la economía global", en: *Conferencias y Trabajos de Investigación del IDOE*, Núm.386, IDOE, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares.
- LOCKE, R. (2015), "Why Business education systems are so important in determining the dynamic of an industrial economy, the cases of Germany and the US", ed. por Dominique Ture (<http://www.bootzone.fr/2015/11>)
- LOCKE, R. (2015), "Workshop Ideengeschichte der BWL (Ideas History of German Business Economics): Management Bildung in US Amerikanisch-deutschen Vergleich", Hamburgo 21 Septiembre 2015 (Manuscrito) Próxima publicación
- LOCKE, R. (2016), "History as a source of economic policy", en *real-world economics review*, nº 74
- LÓPEZ QUINTÁS, A. (2014), "La ética o es transfiguración o no es nada", ed.BAC, Madrid
- MARX, CARDENAL REINHARD (2015), "Una visión integral de la Economía", en: *Documentos a Debate*, número 73, IDOE, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares.

- MÜLLER- ARMACK, A. (1981), "Genealogie der Soziale Marktwirtschaft", Haupt Vlg., 2ª ed., Berna
- MÜLLER-ARMACK, A. (1977), "Die zentrale Frage alle Forschung: Die Einheit von Geistes und Naturwissenschaften", en ORDO, tomo 28, pp.13-23
- NOBYNSKY, DEMISE, "CSR in Japan: A Historical Prespective" Meiji University, Tokio(Manuscrito)
- POLMAN, P. (2014), "Business, Society, and the future of capitalism", en McKindsey May 2014
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, F. (1976), "La Reforma de la Empresa. Balance Crítico desde la realidad Social española", en Forum Universidad y Empresa, Fundación Universidad-Empresa, Noviembre 1976, Madrid
- RÖPKE, W. (1979), "Civitas Humana-Grundfragen der Gesellschafts-und Wirtschaftsreform", 4ª ed. Paul Haupt Vlg., Berna
- SALAS FUMAS, V. (2011), "Responsabilidad Social Corporativa y Creación de valor compartido. La RSC según Michel Porter y Mark Kraner", núm. 9, Vol.3, Diciembre, 15-50
- SCHLATMANN, B. (2017), "ING´S agile transformation", en: McKindsey Quaterly, enero 2017
- SEGURA NOYA, A. (2015), "Verdad. Una investigación en Marcha", EDICEP, Valencia
- SELL, F. L. (2015), "Homo economicus und der ehrbare Kaufmann-ein unvereinbarer Gegensatz", en WISU 12/15, p.1323
- SIILASMASA, R. (2016), "Nokia´s next chapter", en McKindsey Quaterly, Diciembre 2016 (entrevista)
- SUCHANET, A. (2012), "Volkswirtschaftslehre scheidert in Praxistest", en: Handelsblatt, Frankfurt, 26 de enero 2012
- TATA, R. Y WALLENBERG, M. (2014), "The power of enduring companies", en: McKindsey Septiembre 2014
- TIEDEMANN, K. (2016), "Ética Económica y Derecho Penal", en: Documentos a Debate número 76, IDOE, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares
- TIEDEMANN, K. (2016), "Wirtschaftsethik und Strafrecht", en "El comportamiento ético en la economía y en la Sociedad", en: Documentos Humboldt 15, IDOE, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares 2016
- UTZ, A. F. (1998), "Ética Económica", Unión Editorial, Madrid
- WEBER, M. (2008), "Objetivity and Understanding in economics", en "The Philosophy of economics-an Anthology", 3ª ed., ed. D.M. Hansman, Cambridge, pp.59-72
- WEBER, M. (2015), "El Político y el Científico", 1ª Reimpresión, Alianza Editorial, Madrid.

Recensión

RECENSIÓN DEL LIBRO

Ética en dirección de empresa.

Calidad Humana para una Buena Gestión

Domènec Melé

Reseña realizada por:

José Luis Retolaza (Deusto Business School)

Se trata de un libro relativamente breve (211 pp) y de fácil lectura, que busca comprender y explicar cómo la ética es una parte consustancial a todo proceso directivo, y proporciona calidad humana tanto a la organización como a las personas participantes en la misma. Está dirigido a un amplio espectro de lectores: directivos, ejecutivos, consultores, estudiosos... y aborda de forma decidida la justificación intrínseca de la ética, en paralelo de su posible justificación instrumental basada en resultados, a medio o largo plazo.

Con un enfoque muy positivo, se presenta la ética como algo necesario para dotar de calidad humana a la empresa y para dirigir bien. Muchos afirman que la ética favorece los buenos resultados económicos a medio y largo plazo. En muchos casos esto es cierto ya que un comportamiento ético contribuye a crear confianza y predispone a colaborar. Sin olvidar este hecho, el libro pone el acento en que la ética en dirección de empresas es necesaria, ante todo, para humanizar la empresa y mejorar las personas.

El libro se estructura en seis capítulos: en el primero, que lleva por título "Por qué una buena dirección necesita ética", el autor reflexiona sobre la conexión ineludible entre las decisiones directivas y la ética. En el segundo, "Ética básica para una buena dirección", se identifican los elementos básicos de la ética que contribuyen a una adecuada

gestión. En el tercero, “La ética en la toma de decisiones”, se analiza el proceso de toma de decisiones y se relaciona este, con los juicios morales; haciendo referencia explícita a la posible colaboración, activa o pasiva, en procesos de corrupción. En el capítulo cuarto, se aborda “La centralidad de la persona en la empresa”, a partir del desarrollo del concepto de dignidad humana se define la empresa como una comunidad de personas; haciendo hincapié en las culturas empresariales humanistas como entorno facilitador del desarrollo ético en la empresa. En el capítulo quinto se aborda la “Responsabilidad empresarial y sostenibilidad”, desde el papel que las empresas tienen en relación a sus stakeholders, tanto presentes como futuros. Por último, en el capítulo sexto, se abordan las “Competencias morales del directivo”, presentando un vademécum razonado de los diversos tipos de competencias, y de las virtudes con ellas asociadas.

A lo largo de todo el texto, el libro introduce unas bases éticas accesibles y prácticas que luego son aplicadas a la dirección, con especial énfasis en la toma de decisiones y, en concreto, a la formulación de juicios morales. El libro se centra sobre la idea de que la dirección de empresas es, ante todo, una actividad humana que se refiere a personas. Es clave, por tanto, reconocer que la persona y su trabajo es central en las entidades. La calidad humana, junto a una organización adecuada del trabajo, son elementos esenciales de la ética en dirección.

Complementariamente, pero no menos importante, es el hecho de que la empresa nace en la sociedad, opera en la sociedad y repercute en la sociedad. Y, por lo tanto, hace aportaciones que contribuyen, o han de contribuir al bien común, y a un desarrollo sostenible. Es ésta una realidad ineludible de la dirección de empresas. Un correcto enfoque tiene consecuencias para la reputación corporativa o incurrir en riesgos. Pero la responsabilidad social y la sostenibilidad son, ante todo, exigencias éticas que da legitimidad moral a la empresa y a sus directivos.

Consecuentemente, en el trabajo, las personas –también los directivos– aportan sus competencias y continuamente las acrecientan (o las disminuyen) al mejorar como profesionales y como personas. El libro se fija en la importancia de las competencias morales en el directivo, especialmente en su función de liderazgo, enumerando algunas de ellas y presentando un sistema estructurado de competencias morales.

El trabajo se presenta con un esquema muy claro y sencillo de seguir, y, además cuenta con un amplio número de gráficos, que si no muy vistosos, si son realmente clarificadores para un entendimiento sintético del texto.

En conclusión, podemos decir que se trata de un libro muy interesante, que sintetiza la larga y profunda reflexión que el autor ha realizado sobre la ética en la dirección de empresa; dando lugar a un manual con sensación de completitud. Se trata de una reflexión sistemática, que va recorriendo de forma ordenada los diferentes aspectos relevantes en el ámbito de la ética de la empresa, y los conecta de forma magistral a través de un proceso de reflexión lógica que combina, acertadamente, aspectos tanto inductivos como deductivos.

Quizás sería adecuado acabar la reseña con la opinión textual de Edward Freeman sobre el mismo: "Éste es un magnífico libro de Ética en la dirección. Las empresas y ejecutivos tomarán mejores decisiones si lo leen y estudian"; a lo que nosotros podríamos añadir, que también es un excelente texto para impartir clases de ética de empresa en ámbitos profesionales o Masters de gestión.

RECENSIÓN DEL LIBRO

Contabilidad social orientada a los stakeholders. Perspectiva de la Administración Pública

Leire San-José y José Luis Retolaza

Reseña realizada por:

Sara Urionabarrenetxea (UPV/EHU)

Al igual que el valor en los soldados, a la Administración pública se le debería suponer la preocupación social como “leit motiv” de su actuación. Sin embargo, en no pocos casos, la burocracia, los intereses partidistas, e incluso los intereses egocéntricos de los individuos (políticos y funcionarios), se vislumbran como el principal motivo de las actuaciones; en otros casos, la complejidad de la actuación administrativa hace que los objetivos (outputs) queden velados por la asignación presupuestaria (inputs).

Quizás, James Buchanan (premio Nobel en 1986) desarrolló la crítica más sistemática, y sentó las bases para la mercantilización de la relación entre los ciudadanos y la Administración, como única forma efectiva de control de la misma. En este trabajo los autores, preocupados por los resultados de esta mercantilización, y la consiguiente tecnificación y dilución de la responsabilidad ética de la función pública; proponen un sistema alternativo de control, basado en una contabilidad social que permita valorar de forma efectiva el valor social que genera las diferentes organizaciones, entre ellas, de forma muy especial, la propia administración pública.

A partir de este planteamiento, el libro se articula alrededor de cuatro cuestiones, la primera referida, precisamente, a la necesidad, o no, de una contabilidad social paralela a la contabilidad económico-financiera; que pueda dar información relevante, tanto para el control

como para la gestión, del valor que, realmente, interesa a la ciudadanía; es decir, el valor que las organizaciones generan, o destruyen, para el conjunto de la sociedad, en general, o para los diversos stakeholders, en particular.

La segunda cuestión hace referencia a los fundamentos epistemológicos que pueden permitir el desarrollo de una contabilidad social eficiente; donde los autores plantean un marco de referencia analítico sintético, con cuatro elementos diferenciales. En primer lugar, el carácter participativo del análisis, en el marco de un proceso de "action research", que presenta un claro paralelismo con el procedimiento de la contabilidad económica. En segundo lugar, la teoría de stakeholders, en su perspectiva ontológica, como teoría subyacente de análisis; la cual, aporta una original perspectiva multidimensional del valor social, que rompe con la perspectiva tradicional, centrada en un valor único. Tercero, la utilización de la perspectiva fenomenológica, donde los propios stakeholders visualizan el valor social generado a través de su percepción, transformando los outputs en outcomes. Por fin, en cuarto lugar, utilizando la lógica difusa, que permite conceptualizar el valor como un rango, lo cual permite acercarse más a la realidad, en especial a la social, donde el valor difícilmente está estandarizado con un valor único.

A partir de estos elementos, el libro propone un Modelo de análisis, al que denomina poliédrico, de gran potencial, no sólo en la valoración de la actividad realizada por las organizaciones respecto a sus stakeholders, sino también, en el futuro diseño estratégico de las mismas.

La tercera cuestión sobre la que gira el libro, es el proceso de monetización del valor social generado por las organizaciones, en las que proponen dos análisis complementarios, de una parte, el que permite identificar el valor social distribuido a través de la actividad mercantil; de otra, el que permite cuantificar el valor social específico, que sería aquel que no se recoge a través de relaciones de mercado. Para este segundo tipo de valor, se propone un proceso, denominado spoly, con los siguientes pasos: 1) definir el planning y el grupo de trabajo; 2) elaborar el mapa de stakeholders, e identificar interlocutores de referencia; 3) realizar entrevistas en profundidad con estos interlocutores, que se pueden complementar con cuestionarios de varios tipos; 4) identificar las variables de valor y redefinirlas operativamente; 5) identificar los outputs generados por las organizaciones en relación a cada una de las variables identificadas; 6) seleccionar proxys que permitan dar un valor aproximativo a los diversos outputs generados; 7) cuantificar y representar gráficamente el valor generado para los diferentes stakeholders; 8) puesto que se trata de un análisis periódico (anual), generar feedback para la mejora en el análisis del próximo ciclo.

El cuarto tema de reflexión, se centra en la necesidad de ir generando Comunidades de interesados, posiblemente sectoriales, que permita ir generando y validando vademécums sobre posibles proxys y rangos de valoración, a fin de que los datos contables de las diferentes entidades puedan ser comparados entre ellos, posibilitando procesos de benchmarking y control.

Nos encontramos con un interesante libro, de apariencia técnica, que, no obstante, aborda el interesante problema de cómo se puede establecer un sistema de valoración, que posibilite traspasar el muro de la tecnificación, para demandar una responsabilidad ética y social, tanto a los decisores (políticos) como a los ejecutores (funcionarios) de la administración pública.

Evaluadores

La Revista de Responsabilidad Social de la Empresa agradece la inestimable colaboración por la evaluación anónima realizada a los trabajos recibidos para esta revista.

Alfranca	Óscar	Universidad Politécnica de Cataluña
Amengual	Arnau	Universidad de las islas Baleares
Amores Salvadó	Javier	Universidad Complutense de Madrid
Avilés	Carmen	Universidad Politécnica de Madrid
Ayuso	Silvia	Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI)
Ballesteros	Carlos	Universidad Pontificia de Comillas
Barañano	Margarita	Universidad Complutense de Madrid
Benavides	Juan	Universidad Complutense de Madrid
Cabello	Carmen	Universidad Pablo de Olavide
Cabrera Suárez	Katiuska	Universidad de las Palmas de Gran Canaria
Calveras	Aleix	Universidad de las islas Baleares
Casani	Fernando	Universidad Autónoma de Madrid
Cea	José Luis	Universidad Autónoma de Madrid
Cea Moure	Ramiro	Universidad Autónoma de Madrid
Claver	Enrique	Universidad Técnica de Lisboa
Corado Simões	Victor	Universidad Técnica de Lisboa
Cuenca García	Eduardo	Universidad de Granada
De Andrés	Pablo	Universidad Autónoma de Madrid
De Godos	José Luis	Universidad de León
De la Cruz Déniz	María	Universidad de las Palmas de Gran Canaria
De la Cuesta	Marta	Universidad Nacional de Educación a Distancia
De la Torre	Isabel	Universidad Autónoma de Madrid
Delgado	Javier	Universidad de Granada
Díaz	Ana	Universidad Autónoma de Madrid
Fernández Gago	Roberto	Universidad de León

Ferruz Agudo	Luis	Universidad de Zaragoza
Gallardo Vázquez	Dolores	Universidad de Badajoz
Gálve	Carmen	Universidad de Zaragoza
García	Isabel	Universidad de Salamanca
García	María del Mar	Universidad de Cantabria
García López	M ^a José	Universidad Rey Juan Carlos
García Olalla	Myriam	Universidad de Cantabria
García Uceda	Joaquín	IE Business School/ Red Española del Pacto Mundial
García-Lillo	Francisco	Universidad de Alicante
Garralda	Joaquín	IE Business School/ Red Española del Pacto Mundial
Gómez-Bezares Pascual	Fernando	Universidad La Comercial De Deusto
Hurtado	Nuria	Universidad de Granada
Lamothe Fernández	Prosper	Universidad Autónoma de Madrid
Larrán	Manuel	Universidad de Cantabria
Larrinaga	Carlos	Universidad de Burgos
Lizcano Álvarez	José Luis	Director Gerente y Coordinador de la Comisión de Responsabilidad Social Corporativa de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA).
Luque	María Ángeles	Universidad Autónoma de Madrid
Marcuello	Chaime	Universidad de Zaragoza
Martín	Longinos	Universidad de Murcia
Martín Castilla	Juan Ignacio	Universidad Autónoma de Madrid
Martínez Merino	José Luis	Universidad Nacional de Educación a Distancia
Mendoza	Carmen	Universidad Autónoma de Madrid
Menguzzato	Martina	Universidad de Valencia
Molina	José Francisco	Universidad de Alicante

Moneva Abadía	José M.	Universidad de Zaragoza
Monjas Barroso	Manuel	Universidad Autónoma de Madrid
Monzón	José Luis	Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa
Murillo-Luna	Josefina	Universidad de Zaragoza
Navallas	Begoña	Universidad Autónoma de Madrid
Nieto	María Jesús	Universidad Carlos III
Nieto	Mariano	Universidad de León
Ortiz	Natalia	Universidad de Granada
Partal Ureña	Antonio	Universidad de Jaén
Pedraja	Marta	Universidad de Zaragoza
Pérez Ruiz	Andrea	Universidad de Cantabria
Pisón Fernández	Irene Clara	Universidad de Vigo
Prieto Moreno	Begoña	Universidad de Burgos
Pulido Fernández	Juan Ignacio	Universidad de León
Quevedo	Esther	Universidad de Burgos
Quintana García	Cristina	Universidad de Málaga
Real	Alicia	Universidad Complutense de Madrid
Rey García	Marta	Universidad de A Coruña
Rialp	Josep	Universidad Autónoma de Barcelona
Rico García	Guadalupe	Universidad Rey Juan Carlos
Ripoll	Vicente	Universidad de Valencia
Rodríguez Antón	José Miguel	Universidad Autónoma de Madrid
Rodríguez Carrasco	José Manuel	Universidad Nacional de Educación a Distancia
Rodríguez Domínguez	Luis	Universidad de Salamanca
Rodríguez Fernández	José Miguel	Universidad de Valladolid
Saavedra	Irene	Universidad Nacional de Educación a Distancia
Sacristán Navarro	María	Universidad Rey Juan Carlos

Salas Fumás	Vicente	Universidad de Zaragoza
Sanna-Randaccio	Francesca	Universidad de La Sapienza
Santamaría Mariscal	Marcos	Universidad de Burgos
Sardinha	Idalina	Universidad de Madeira
Valle Cabrera	Ramón	Universidad Pablo de Olavide
Valor Martínez	Carmen	Universidad Pontificia de Comillas
Vidal	Isabel	Universidad de Barcelona
Vidal	Marta	Universidad de Oviedo
Villafañe	Justo	Universidad Complutense de Madrid



Normas de publicación

Se invita a investigadores y expertos que deseen presentar artículos académicos a realizar otras aportaciones en las distintas secciones de la revista, para un futuro monográfico sobre **“Nuevas fronteras de la RSE”** a que lo hagan a la secretaría de la revista a través del correo electrónico: secretaria.rse@luisvives-ces.org, **antes del 10 de diciembre de 2017**

Los artículos que se presenten deberán seguir las normas de publicación.

Normas de publicación

PROCEDIMIENTO DE PUBLICACIÓN DE TRABAJOS:

El Consejo de Redacción/Científico decide la admisión de los originales recibidos por la Revista, en cuyo caso éstos serán enviados a dos evaluadores anónimos, expertos externos a la entidad editora, de reconocida solvencia científica en el campo de estudio sobre el que versen los originales. Con los informes de los evaluadores, el Consejo de Redacción decide finalmente aceptar o no el trabajo para su publicación en la **Revista de Responsabilidad Social de la Empresa**. Únicamente se someterán a evaluación externa los artículos. El material para el resto de secciones será evaluado por la dirección de la revista.

NORMAS PARA LA PRESENTACIÓN DE ORIGINALES:

1. Los trabajos para su publicación deben enviarse electrónicamente en formato doc o docx a la siguiente dirección de correo electrónico: secretaria.rse@luisvives-ces.org
2. Dado que el proceso de evaluación es ciego, los autores deberán enviar **dos versiones**. Una de ellas incluyendo el nombre, afiliación, dirección postal, teléfono, número de fax e e-mail y un breve curriculum vitae (5 líneas aproximadamente), y otra sin datos identificativos. Asimismo, se aportará el título en inglés, un resumen, en español e inglés, de 150 palabras aproximadamente, así como al menos un código JEL y un máximo de cinco palabras clave y keywords.
3. La Revista acusará recibo de los originales y el Consejo Editorial resolverá a la vista de los informes de los evaluadores. Las pruebas serán remitidas a los autores antes
4. Los artículos enviados a la Revista deberán ser **inéditos** y no estar sometidos a procesos de aceptación o publicación en otro medio.
5. La **extensión del texto** no deberá superar las 30 páginas (aproximadamente 300 palabras por página), mecanografiadas a doble espacio, incluyendo gráficos, tablas, notas y bibliografía.
6. Las **distintas secciones** han de numerarse de forma correlativa siguiendo la numeración arábica (incluyendo, en su caso, como 1 la sección de introducción), y la rúbrica correspondiente se consignará en letras mayúsculas y tipo negrita. Consecutivamente, los apartados de cada sección se numerarán con dos dígitos (1.1., 1.2.,...) y tipo negrita, y tres dígitos (1.1.1., 1.1.2.,...) y tipo subrayado.

Los cuadros, tablas y figuras, en su caso, se numerarán de forma consecutiva y siempre con números arábigos. Cada una dispondrá de título y fuente.

7. **Las notas** se numerarán correlativamente con números arábigos, a espacio sencillo, y serán ubicadas a pie de página, cuidando que se correspondan con un número volado indicado sobre el texto. Sólo incluirán la referencia bibliográfica concreta (por ejemplo, direcciones de Internet) o/y una brevísima anotación, nunca grandes textos. Si éstos fueran necesarios, se llevarán al final del trabajo.
8. Todas las **tablas, cuadros, diagramas, gráficos y otras ilustraciones** irán numeradas correlativamente y situados en el lugar que les corresponde dentro del texto. Además en los casos de gráficos, diagramas e ilustraciones deberán incluirse los archivos jpg a 300 ppp de resolución como documento aparte.
9. En caso de entregar un texto destinado a las secciones de "Notas y Colaboraciones", "Herramientas", "Recesiones", "Experiencias" y/o "Documentos", éste deberá tener entre tres y diez páginas. En la sección de "Documentos de interés" se especificarán en la cabecera del texto el autor, título del libro, editorial, lugar y fecha de publicación del documento. En el caso de las "Recesiones de artículos", se indicará el autor, título del artículo, nombre de la revista, número y año, y páginas. El reseñador podrá firmar la reseña al final del texto. En "Notas y colaboraciones" aparecerá en la cabecera del texto el autor, cargo e institución o entidad a la que representa.
10. En el caso de resultar el **original aceptado** para su publicación, el autor o autores se comprometen a revisar las pruebas de imprenta pertinentes en un plazo máximo de cuatro días desde su recepción. Serán igualmente bien recibidas sugerencias de temas y otras colaboraciones para cualquiera de las secciones previstas en la revista.
11. Las **referencias bibliográficas** se incluirán en el texto indicando el nombre del autor, fecha de publicación, letra y página. La letra, a continuación del año, sólo se utilizará en caso de que se citen obras de un autor pertenecientes a un mismo año. Dichas letras deberán guardar el orden correlativo desde la más antigua a la más reciente obra publicada. Al final del trabajo se incluirá una sección de referencias bibliográficas que contendrá las obras citadas en el texto. Las referencias deben corresponderse con las recogidas en el texto, y deberán ser ordenadas alfabéticamente por el primer apellido de los autores y después por el año, siguiendo las siguientes pautas:

Apellido (en versalitas) y nombre (en minúsculas) del autor, año de publicación (entre paréntesis y distinguiendo a, b, c, etc. en caso de existir varias citas de un mismo año), título del libro (en cursiva) o título del artículo (entre comillas), nombre de la revista (en cursiva) y número, editorial (en libros), lugar de publicación y, finalmente, páginas (págs. xxx). En el caso de trabajos no publicados, se incluirá el enlace de Internet "http://" completo y la fecha de acceso.

-
12. Siempre que se cite por primera vez un **acrónimo** o una **sigla**, citar antes su significado completo seguido de la sigla entre paréntesis. Las siguientes veces puede parecer sólo el acrónimo.
 13. No sangrar el texto ni poner tabuladores. TAMPOCO PONER RENGLONES EN BLANCO DESPUÉS DE CADA PUNTO Y APARTE. Esto se hará automáticamente una vez que se maquete, pero EN WORD NO. Es decir, después del punto y aparte pulsar “intro” una sola vez.

NORMAS PARA CITAR

Las citas aparecerán en el texto según el formato “autor-fecha” (por ejemplo, Martínez, 2005) y, en su caso, página (Martínez, 2005: 26). Las referencias en el texto que incluyan más de dos autores usarán la fórmula *et al* (Martínez *et al*, 2005).

Procedure of publication of works

Author Guidelines

The Scientific Council decides the admission of the original received for the magazine, in which case they will be sent to two anonymous reviewers, external to the publishing body of recognized scientific in the field of study that related to the original. With reports of the evaluators, the Scientific Council decides to finally accept or reject the work for publication in the journal of social responsibility of the company. Only be arbitrated and external evaluation articles, the material for the rest of the sections will be evaluated by the direction of the magazine.

Normal for the presentation of originals

1. Works for publication should be sent electronically in Microsoft Word format to the following email address: secretaria.rse@luisvives-ces.org
2. Since the evaluation process is blind, the authors should send two versions:
One of them should include your name, affiliation, postal address, phone, fax, e-mail, number and a brief CV; and another one without any identifying information. Also, a summary of 150 words will be provided in Spanish and English, and at least one JEL code and a maximum of five keywords.
3. The journal will acknowledge receipt of the original and the Editorial Board will resolve in the light of the reports of the referees. Tests will be remitted to the authors before publication.
4. Articles sent to the magazine must be unpublished and not be subjected to processes of acceptance or publication in other media.
5. The extension of the text must not exceed 30 pages DIN A4 size double spaced, including charts, tables, notes and bibliography. It is important not to double << enter >> after each stop.
6. The different sections have numbered correlatively following the Arabic numerals (including where appropriate, such as 1 the introduction section) and the corresponding heading in capital letters. Consecutively, the paragraphs of each section is numbered with two digits (1.1, 1.2...) and bold type without capital letters and three digits (1.1.1, 1.1.2...) and type underlined not- capitalized.

Pictures, tables and figures, if any, are numbered consecutively and always with Arabic numerals. Each will have title and source.

-
7. The notes are numbered consecutively with Arabic numbers, single-spaced and will be located at bottom of page, taking care to correspond with a number flown indicated on the text. Only include the specific bibliographic reference (for example, Internet addresses) and/or a brief annotation, never great texts. If these were necessary, they will be at the end of work.
 8. All tables, pictures, diagrams, charts and other illustrations will be numbered consecutively. Also in case of graphics, diagrams and illustrations must be the jpg files at 300 dpi resolution, besides going inserted in the Word document.
 9. If you submit a text for the sectioned of << notes and collaborations>>, <<tools>> <<recession>>, <<experiences>> and or << documents>>, must be between three and ten pages. In the section of documents of interest are specified in the header of the text the author, title of the book, publishing, place and date of publication of the document. In the case of the reviews of articles, indicate the author, title of article, name of the journal, number and year. The reviewer may sign the review at the end of the text. In notes and collaborations will be shown at the top of the text author, Manager and institution or entity you represent.
 10. In case the original is accepted for publication, the author/authors undertake to revise the relevant printing proofs with a maximum period of four days of its receipt. They will be equally well received suggestions for themes and other collaborations for any of the sections referred to in the magazine.
 11. Bibliographic references will be included in the text indicating the name of the author, date of publication, letter and page. The letter in the following year will be used when citing works by an author belonging to a same year. Ten letters stored in sequential order from the oldest to the most recent published work. At the end of the work will include references section containing the cited works in the text. References containing the works cited in the text. References must match the containing in the text, and must be ordered alphabetically by the last name of the authors and then by year. According to the following guidelines:

Surname (in capital letters) and name (lowercase) of the author, year of publication (in parentheses and distinguishing a, b, c, etc.) If there are several quotations from the same year), title of the book (italic) or title of the article (in quotation marks), name (italics) magazine or title of the article (in quotation marks), name of journal (in italics) and number, publishing (in books), place of publication, and finally, pages (pp. xxx).

In the case of unpublished work, will include the link <<http//>> complete and the date of access.

Rules for quote

Quotations appear in the text according to the format << Humanities >> (for example, Martínez, 2005) and, where applicable, page (Martínez, 2005:26). The references in the text to include more than two authors will use the formula et al (Martínez et al, 2005).

Revista Española del Tercer Sector

Toda la información para conocer en profundidad los temas actuales del Tercer Sector

- Artículos y textos inéditos de investigadores y expertos del sector.
- Temas sociales con un enfoque multidisciplinar (Económico, social, político, gestión.)
- Dirigida a profesionales, entidades sociales y empresas con interés en la inclusión social, la igualdad, la economía social ...
- Una visión internacional, un panorama hispanoamericano y europeo.
- Una publicación con periodicidad cuatrimestral

Más información en:

secretaria.rets@luisvives-ces.org

Telf: 91.184.08.34



La **Revista de Responsabilidad Social de la Empresa**, creada por la Fundación Luis Vives en 2009, pretende servir de foro para canalizar la difusión de los trabajos, experiencias y estudios teóricos, metodológicos y empíricos en responsabilidad social y medioambiental de la empresa, fomentando de esta forma el intercambio de ideas y estimulando la investigación y desarrollo sobre estos temas. La revista tiene el objetivo de generar conocimiento y debate y fomentar la interacción entre investigación y acción, mundo académico y empresarial.

*La publicación se dirige especialmente a las **empresas grandes y medianas, al mundo académico y universitario, a los representantes políticos que trabajan en responsabilidad social corporativa y a los profesionales, en general, que se ocupan de dicha materia.** Por extensión, también a todas aquellas personas o entidades que tengan interés en cuestiones de **Responsabilidad Social de la Empresa.***