



Funded by
the European Union



BEYOND CAPITAL

LA PRÓXIMA GENERACIÓN DE EMPRESAS SOCIALES KA220-VET-ECFF84E6

Módulo 4: Espíritu empresarial social y ética empresarial: enfoques y mejores prácticas

Para desarrollar el IO2:

Versión:	Autor:	Date:
V.1	Instituto MSE & SÍNTESIS	01/11/2021

Módulo 4 - Espíritu empresarial social y ética empresarial: enfoques y mejores prácticas

Introducción

Este módulo explora el concepto de iniciativa empresarial social y ética empresarial, proporcionando una breve visión general de los conceptos y debatiendo los principios y temas subyacentes a la ética empresarial y cómo se encuentran en el núcleo de la iniciativa empresarial social. Las empresas y organizaciones modernas parecen preocuparse cada vez más por la huella "moral" o "ética" de su marca, ya que esto puede afectar significativamente al reconocimiento, la fidelidad y la imagen de marca, así como a las ventas y los flujos de ingresos.

Del mismo modo, el emprendimiento social se basa en el concepto de beneficiar a las comunidades y a la sociedad en general a través de modelos y prácticas empresariales viables. Aunque se ha investigado mucho y se han aportado ideas políticas sobre cómo ayudar a los emprendedores sociales con sus habilidades de gestión, técnicas, digitales y financieras, también es importante destacar y explorar las connotaciones de sus acciones y la importancia de mantener los mismos principios tanto internamente en la organización, como externamente hacia las audiencias, los clientes, las partes interesadas y el público en general.

Además, las empresas y organizaciones que quizá no se autodefinan como "empresas sociales" también pueden estar interesadas y dispuestas a explorar un modelo empresarial más sostenible y ético, acompañado de prácticas y políticas empresariales de temática similar. En esos casos, la Responsabilidad Social Corporativa ofrece una serie de herramientas y opciones que pueden motivar a las empresas y organizaciones hacia un mayor compromiso con las comunidades locales y extendidas, así como una mayor visibilidad, sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

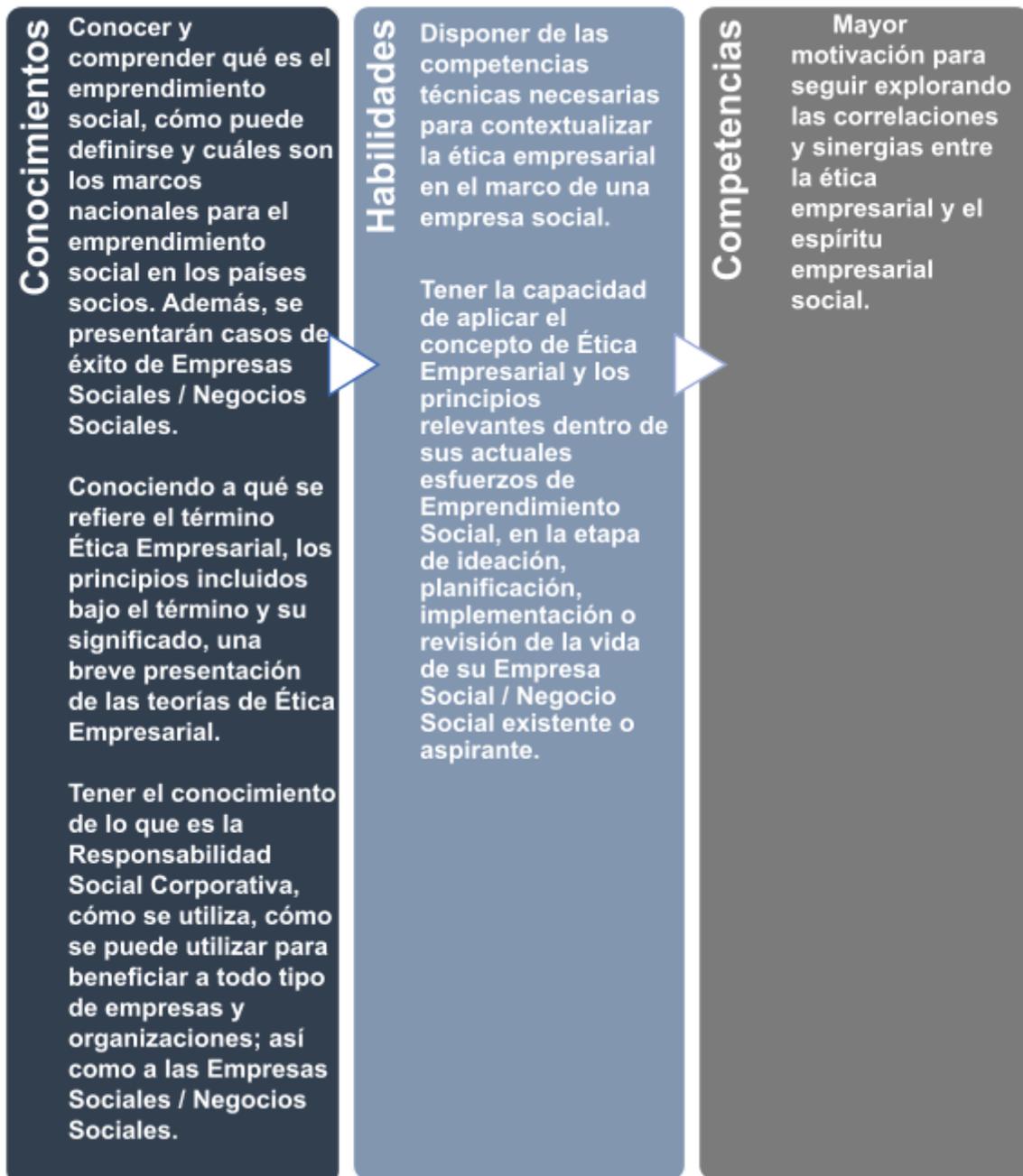
Objetivos de aprendizaje

Al final de este módulo, tendrás:

1. Una buena base de conocimiento y comprensión de lo que es el emprendimiento social, cómo puede definirse y cuáles son los marcos nacionales para el Emprendimiento Social en los países socios. Además, se presentarán casos de éxito de Empresas Sociales / Negocios Sociales.
2. Una idea clara de a qué se refiere el término Ética Empresarial, los principios incluidos bajo el término y su significado, y una breve presentación de las teorías de Ética Empresarial.
3. Capacidad para contextualizar la ética empresarial en el marco de una empresa social.

4. Una mejor comprensión de los beneficios que la ética empresarial puede aportar a las empresas sociales.
5. Comprensión de lo que es la Responsabilidad Social Corporativa, cómo se utiliza, cómo se puede utilizar para beneficiar a todo tipo de empresas y organizaciones; así como a las Empresas Sociales / Negocios Sociales.
6. Mayor motivación para seguir explorando las correlaciones y sinergias entre la ética empresarial y el espíritu empresarial social.
7. La capacidad de aplicar el concepto de ética empresarial y los principios pertinentes en el marco de sus esfuerzos de emprendimiento social, en la fase de ideación, planificación, ejecución o revisión de la vida de su empresa social o negocio social existente o en ciernes.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE



Índice detallado

Espíritu empresarial social y ética empresarial

1. Iniciativa empresarial social
 - 1.1 El espíritu empresarial social en su contexto
 - 1.2 El caso de Chipre
 - 1.3 Ejemplos de empresas sociales de éxito en la UE
2. Ética empresarial
 - 2.1 Factores que afectan a la ética empresarial
 - 2.2 Principios de ética empresarial
 - 2.3 Diferentes tipos de ética empresarial

- 2.4 Teorías de ética empresarial
- 2.5 Ventajas de la ética empresarial para las empresas sociales
- 3. Responsabilidad social de las empresas
 - 3.1 Definición de la responsabilidad social de las empresas
 - 3.2 El marco cuatripartito de definición de la RSE
 - 3.3 RSE y empresarios sociales

Contenido principal

El emprendimiento social se define como "el proceso de reconocer y buscar con ingenio oportunidades para crear valor social". El concepto puede interpretarse como la fuerza motriz para lograr el cambio social a través de prácticas autónomas. Por otra parte, la **ética empresarial** es el "estudio de las políticas y prácticas empresariales apropiadas en relación con temas potencialmente controvertidos, incluidos, entre otros, la gobernanza empresarial, el uso de información privilegiada, el soborno, la discriminación, la responsabilidad social de las empresas y las responsabilidades fiduciarias". La ética empresarial suele estar dirigida por la ley, aunque hay casos en los que la ética empresarial proporciona las directrices a las empresas para que éstas obtengan la aprobación pública. En ocasiones, el espíritu empresarial social y la ética empresarial han estado interrelacionados por su característica distintiva de buscar la aprobación del público. En el clima actual de poder del público en el conocimiento y mayor comprensión de las prácticas empresariales generales y el impacto que pueden tener en la sociedad, la ética empresarial se ha convertido ahora en una herramienta de supervivencia para las empresas y sus principales protagonistas, especialmente los empresarios sociales.

La ética empresarial determina los factores sociales, culturales, jurídicos y de otro tipo que conducen a restricciones económicas y salvaguardan los intereses de las partes implicadas dentro de la red social empresarial. El concepto aboga por centrar los valores morales y sociales a la hora de considerar la protección del consumidor, el bienestar, las prácticas empresariales justas y otros servicios a la sociedad.

1. Emprendimiento social

1.1 El espíritu empresarial social en su contexto

Las empresas sociales (o empresas sociales, los términos se utilizan indistintamente) son "operadores" implicados activamente en la creación de un impacto social positivo en sus comunidades inmediatas y globales, en lugar de centrarse exclusivamente en la obtención de beneficios para sus dirigentes y accionistas (Comisión Europea). En concreto, su espíritu empresarial se interesa por prioridades comunitarias, medioambientales y sociales más amplias. La dirección dirige la empresa de forma transparente y consciente, lo que suele hacer que el personal, las partes interesadas y los clientes que se benefician de las acciones comerciales participen activamente en las actividades de la empresa.

La Comisión Europea definiría "empresa social" a los establecimientos que reúnan las siguientes características:

- El objetivo social o centrado en la sociedad es la meta principal del esfuerzo y suele seguir la vía de la innovación social.
- Los beneficios se reinvierten en la empresa para lograr este objetivo social.
- La dirección de la organización o el sistema de liderazgo ejemplifican la esencia del objetivo principal, por ejemplo, al utilizar principios democráticos o participativos o al llamar su atención sobre cuestiones de justicia social.

No existe una forma jurídica exclusiva para las empresas sociales, aunque la mayoría trabaja en los cuatro sectores siguientes:

- **Servicios sociales:** educación, formación profesional, asistencia sanitaria, cuidado de niños y ancianos, ayuda a grupos desfavorecidos...
- **Desarrollo de zonas desfavorecidas:** mejora de barrios, participación activa en proyectos de rehabilitación en zonas rurales y urbanas, ayuda a la mejora, desarrollo y establecimiento de puentes con terceros países.
- **Alianza para el trabajo:** formación de personas desfavorecidas, especialmente las que se enfrentan al desempleo debido a su situación
- **Otros:** medio ambiente (protección de hábitats naturales, reciclaje), preservación y apoyo a las artes y la cultura, deporte, ciencia, investigación e innovación.

1.2 El caso de Chipre

En diciembre de 2020, la Cámara de Representantes de Chipre aprobó la Ley de Empresas Sociales, que establece por primera vez un marco jurídico para las empresas sociales que trabajan en Chipre. Antes de la aprobación de esta ley, no existía un marco jurídico específico para las empresas sociales que operan en Chipre. Según un informe sobre empresas sociales, en 2014 solo había siete organizaciones en toda la isla que pudieran definirse como "empresas sociales". En cambio, un estudio reciente realizado por CyprusInno señala un aumento significativo del número de empresas sociales que operan en Chipre, más de treinta.

Andrea Solomonides, ejecutiva de operaciones de Cypriot Enterprise Link, señaló que una de las razones del aumento del emprendimiento social tanto en la comunidad grecochipriota como en la turcochipriota de la isla era la visibilidad que ofrecía la definición legal. Antes de la aprobación de la ley, las organizaciones trabajaban bajo la etiqueta de sociedades de responsabilidad limitada o entidades benéficas. Esto provocaba numerosos problemas, por no hablar de las percepciones negativas que recibía la organización si intentaba adoptar el nombre de empresa social. Otro problema al que se enfrentaban estas organizaciones era la dificultad para contratar personal, ya que muchas personas consideraban que trabajar a tiempo completo para empresas sociales era económicamente insostenible a largo plazo.

El marco legislativo para la creación de empresas sociales en Chipre es el siguiente:

- empresas con una causa social

- un porcentaje significativo de sus beneficios se reinvierte en su labor social
- una determinada fracción de su personal pertenece a grupos vulnerables (jóvenes, mujeres, personas con discapacidad, etc.)

1.3 Ejemplos de empresas sociales de éxito en la UE

- MUD Jeans (<https://mudjeans.eu>), con sede en Ámsterdam. Esta marca recicla vaqueros viejos y desgastados para convertirlos en un nuevo par de vaqueros, lo que disminuye notablemente la cantidad de residuos y, según su sitio web, consume menos del 92% de agua de lo que costaría fabricar un nuevo par de vaqueros a una empresa media. Además, la empresa sólo utiliza materiales naturales, como algodón orgánico y reciclado, y no permite pesticidas en sus cultivos, por la salud tanto del consumidor como del medio ambiente en el que se fabrican los vaqueros.
- Carbon Equity (<https://carboneyequity.com>). La empresa conecta a los inversores para que pongan su dinero "a construir las empresas más impactantes del mundo agrupando el capital en fondos climáticos de primera clase". En concreto, "al mover este capital a escala, [la empresa impulsa] la transición climática y [dirige] el dinero hacia donde más se necesita. [Su financiación amplía las soluciones y crea un círculo virtuoso en el que el impacto positivo y los beneficios se refuerzan mutuamente".
- Toast Ale (<https://www.toastale.com>), con sede en Londres. Esta empresa fabrica cerveza a partir de restos de pan que en otros casos se habrían tirado a la basura. El objetivo de la empresa es reducir el desperdicio de alimentos en la ciudad a través de su colaboración con empresas locales como panaderías y hogares particulares. Además, la Toast Ale dona parte de cada venta a una organización benéfica dedicada a reducir el desperdicio de alimentos llamada Feedback.
- Beam (<https://beam.org>), con sede en el Reino Unido. Beam se basa en una plataforma de crowdfunding cuyo objetivo es aliviar la situación de las personas sin hogar ofreciéndoles nuevas oportunidades profesionales. La empresa incorpora la tecnología y a ciudadanos de todo el mundo en sus iniciativas para seguir financiando la formación cualificada y la educación de las personas sin hogar.

2. Ética empresarial

2.1 Factores que afectan a la ética empresarial

El grado en que una empresa decide emplear prácticas de ética empresarial queda a discreción de la dirección y del propietario de la empresa, así como de los valores que desean proyectar a través de su empresa. Si una práctica es legal, no importa lo poco ética que pueda ser, la empresa o el empresario no pueden ser responsabilizados por un organismo legal. No obstante, la parte empresarial puede enfrentarse a las

consecuencias de otras partes interesadas, como el público en general, los grupos ecologistas y los activistas.

Por lo tanto, es crucial que la ética del directivo y la ética de la empresa estén alineadas. El agotamiento constante de sus empleados puede ser síntoma de una falta de ética empresarial sólida, o de una falta de alineación ética entre la ética del empleado y la del directivo. La confusión emocional a la que se enfrentan los empleados que trabajan para una organización de la que saben de primera mano que está causando daños a algún aspecto de la comunidad local o internacional o al medio ambiente es agotadora tanto para los empleados como para los directivos. Este tipo de empresas tienen una alta rotación de personal o incluso luchan por mantenerse abiertas a largo plazo. No todo el mundo puede estar satisfecho al 100%, pero en la mayoría de las empresas se puede llegar a un acuerdo para que el negocio funcione sin problemas.

2.2 Principios de ética empresarial

Los principios de ética empresarial incluyen:

1) Responsabilidad

La responsabilidad de las prácticas empresariales éticas puede percibirse como una vía de doble sentido, en la que el empleado puede ser considerado responsable por no denunciar las prácticas poco éticas de una organización. La organización también sería responsable por permitir que se produzcan prácticas poco éticas a espaldas de sus empleados.

2) Cuidado y respeto

Los directivos deben crear un entorno de trabajo seguro y armonioso para que los empleados puedan mantener la profesionalidad en su lugar de trabajo. Un entorno seguro garantiza que los empleados se sientan cómodos y se basa en las nociones de estar en tu zona de confort y trabajar en condiciones óptimas.

3) Honradez

La comunicación transparente entre empleados y directivos/propietarios de empresas es vital para garantizar que la confianza de los empleados se gana y se mantiene a lo largo del ciclo de vida de la organización. Cuando los empleados sienten que existen canales de comunicación sólidos y que son conscientes de lo que ocurre con la organización con la que colaboran, dentro de lo razonable, se crea un sentimiento de confianza del empresario hacia el empleado y los empleados se implicarán más en su trabajo.

4) Evitar conflictos

Un entorno de trabajo con un mínimo de conflictos garantiza una experiencia positiva para los empleados que, a su vez, se refleja en su trabajo. Los sentimientos de alegría y

satisfacción a través de la creación de recuerdos positivos en el trabajo y relaciones positivas entre compañeros, marcan una mayor probabilidad de que los individuos trabajen a un nivel superior.

5) Conformidad

Las organizaciones deben cumplir las normas y reglamentos, sobre todo cuando adoptan un enfoque más ético del trabajo. Las organizaciones conocidas por cumplir la normativa de las comunidades o sociedades en las que operan son más respetadas por el público.

6) Lealtad

Se espera que los empleados muestren lealtad a su organización, y que cualquier problema se trate internamente. Esto garantiza que tanto los empleados estén contentos como la imagen de la organización. Una organización con un alto índice de rotación proyecta una sensación de "malestar". En general, la gente prefiere la familiaridad, por lo que los empleados que abandonan su puesto rápidamente plantean dudas sobre los posibles motivos de sus decisiones.

7) Información pertinente

Las organizaciones están obligadas a compartir los informes relativos a sus prácticas empresariales, así como sus estados financieros. La información que se comparta debe ser veraz y no alterarse en modo alguno, especialmente en beneficio de la organización. Las organizaciones no deben alterar sus informes bajo ninguna circunstancia, ni para ocultar sus beneficios y eludir impuestos ni para reclamar ayuda al gobierno en tiempos de recesión económica.

8) Respetar la ley

La toma de decisiones no debe verse afectada por las creencias o prejuicios personales de los directivos o propietarios. Hay leyes que exigen un trato correcto y justo de las personas en el lugar de trabajo. Esto garantiza que la organización no sea demandada por malas prácticas y que sus empleados estén contentos.

9) Cumplimiento de los compromisos

Los acuerdos deben aplicarse según las concesiones mutuas y no en beneficio de una sola de las partes. Esto es, en esencia, muy poco ético. Una empresa debe buscar su beneficio, pero existe el peligro de caer en la trampa de "puede que hayas ganado la batalla, pero no la guerra". Esto no quiere decir que las empresas no deban beneficiarse a sí mismas, pero deben tener cuidado de no quemar puentes al hacerlo.

2.3 Diferentes tipos de ética empresarial

El mundo de los negocios evoluciona constantemente, y también lo hace el concepto de ética empresarial. La mayoría de las organizaciones abordan más de un conjunto de ética empresarial, aunque a veces se hace más hincapié en las distintas subsecciones del concepto general, dependiendo del ámbito de la organización. Estas subsecciones incluyen:

1) Responsabilidad de las empresas

La organización trabaja con el objetivo de salvaguardar los intereses de sus empleados, sus clientes y sus accionistas. Su único objetivo no es crear beneficios para sí mismos.

Al alejarse para apreciar el panorama más amplio, la organización se abre a futuras oportunidades. También permite a la organización ser viable en el futuro, así como crear y adaptarse a nuevas tendencias y prácticas empresariales.

2) Responsabilidad social

Se abordan la protección del medio ambiente, las cuestiones sociales y otras que pueden no estar directamente relacionadas con la organización. Mejorar para los demás. Hacerlo mejor para los demás beneficia también a la organización. Devolver a las comunidades, preservar el medio ambiente e invertir en la comunidad crea la sensación de hacer el bien a los demás. En el siglo 21st, el público en general tiene el poder de determinar lo que es viable en el mercado a través del poder de su dinero. Cada vez más personas deciden votar con su dinero y hacer algo mejor por los demás, por lo que optan por apoyar a organizaciones que no se centran únicamente en crear beneficios.

3) Responsabilidad personal

Se espera que los individuos actúen de forma ética y responsable. Esto se refiere a votar con el dinero y a la necesidad de que las organizaciones no se limiten a obtener beneficios rápidos, sino que ayuden a otras a seguir siendo viables en el futuro.

4) Ética tecnológica

Con los cambios en la forma en que las empresas utilizan la tecnología e internet para sus prácticas, hay una gran necesidad de proteger los datos de las personas. Se trata de un ámbito en el que las personas son más vulnerables, aunque no siempre son conscientes de ello.

5) Equidad

Las creencias personales no deben formar parte de la toma de decisiones, sino que deben basarse en datos científicos.

6) Fiabilidad y transparencia

La rendición de cuentas y la información ética deben emplearse a la hora de abordar cuestiones importantes como los informes financieros y las cuestiones jurídicas.

2.4 Teorías de ética empresarial

Las tres principales teorías de ética empresarial son la teoría deontológica, el utilitarismo y la teoría de la norma.

Teoría deontológica

La teoría deontológica se basa en la premisa de que el comportamiento ético se basa en un conjunto preestablecido de normas o principios en diferentes contextos. Aunque el resultado real de seguir estas reglas morales preestablecidas puede variar, según esta teoría, el resultado no debería determinar si la acción es ética o no. Según este pensamiento, si uno hace una promesa, por ejemplo la de devolver un dinero prestado, pero no tiene intención de devolverlo, entonces su acto es éticamente incorrecto.

Utilitarismo

La teoría utilitarista sigue diferenciando lo correcto de lo incorrecto al dar más importancia a los resultados. Esta teoría hace más hincapié en que las empresas tengan en cuenta qué acciones pueden beneficiar al mayor número de personas. Un ejemplo es la práctica de escalonar los precios de un producto o servicio para diferentes grupos de

clientes. Esto puede verse en el sector de las aerolíneas, donde hay un sistema de precios diferente para los asientos de primera clase, clase business y clase turista en los aviones.

Teoría de las normas

La teoría de la norma sugiere que existen ciertas normas de comportamiento moral a las que debe adherirse todo el grupo. La conducta admisible se suele describir para un espectro de situaciones posibles. Por ejemplo, un código de conducta corporativo o un manual del empleado que proporciona el marco sobre cómo se espera que los empleados de una organización se comporten y se conduzcan en diferentes situaciones. El incumplimiento de las directrices suele dar lugar a medidas disciplinarias.

2.5 Ventajas de la ética empresarial para las empresas sociales



Figura 1 Diagrama de ética empresarial
(<https://www.thehumancapitalhub.com/articles/The-Advantages-Of-Ethical-Behaviour-In-Business>)

El valor de la ética empresarial va más allá de la lealtad de los empleados y de la poderosa fachada que presenta el equipo directivo. Mantener una reputación respetable e inmaculada tanto en la comunidad local como a escala internacional es de la máxima importancia, tanto para el éxito a corto como a largo plazo. Si se percibe que una empresa funciona de forma poco ética, es menos probable que los inversores compren la empresa, ni que ésta cuente con el apoyo de una base de clientes leales.

Prescribir un conjunto de meticulosas normas de ética empresarial para el funcionamiento de una empresa tiene la ventaja de:

- **Atraer a más inversores al negocio de la empresa.** Un inversor se sentirá seguro depositando su dinero en una empresa que tiene una moral y una ética elevadas. Es probable que se sientan aún más satisfechos sabiendo que su apoyo financiero no defiende ni contribuye a prácticas poco éticas. Presentar una imagen de sólida ética empresarial también puede ser una característica atractiva para los nuevos inversores.
- **Llevar la reputación de la empresa al siguiente nivel.** Una empresa conocida por comportarse de forma ética puede aumentar su reputación de forma positiva en el sector de la actuación. Una reputación ventajosa tiene más probabilidades

de aumentar el número de nuevos clientes gracias a las recomendaciones boca a boca. Por otro lado, una reputación de realizar actos poco éticos puede dar al traste con la imagen de la empresa y sus futuros negocios. Esto es especialmente cierto en el clima actual de las redes sociales, donde la información puede propagarse como fuego rápido por las redes locales y mundiales.

- **Fidelizar a los clientes.** Mantener una base de clientes fieles es un ingrediente clave para el éxito empresarial a largo plazo. Los clientes que repiten no requieren grandes gastos de marketing, a diferencia de lo que supondría captar nuevos clientes.
- **Ventaja competitiva (clientela).** La conducta ética de una empresa puede ser fuente de atracción hacia sus productos y servicios para los clientes. Según el nuevo informe de Adobe Future of Marketing Research de 2021, es más probable que 7 de cada 10 clientes compren y permanezcan fieles a marcas en las que puedan confiar.
- **Prevenir problemas legales.** Si no existe una sólida cultura de ética empresarial a la que se adhieran el cuerpo directivo y el personal de la empresa, es más probable que los gerentes o dirigentes intenten escatimar con tal de subir la cifra de los beneficios. Pueden ignorar la salud y el bienestar de los trabajadores, utilizar materiales de calidad inferior y peligrosos o incumplir los requisitos medioambientales. Los castigos por incumplir la legislación o los derechos del trabajador pueden ser austeros, por ejemplo tasas legales, multas o sanciones por parte de organismos gubernamentales. Además, la consiguiente publicidad negativa puede dañar la reputación de la empresa, lo que, en última instancia, le hundirá los bolsillos más que las multas legales.
- **Retener al mejor equipo de personal.** El personal profesional que posee las cualificaciones y la formación necesarias para el trabajo para el que ha sido contratado espera que se le pague en consecuencia. También esperan ascender en la organización en función de su rendimiento laboral y su contribución al avance y el éxito de la organización. Mantener una ética empresarial excepcional evitará la necesidad de reorganizar constantemente el personal de la empresa.

3. Responsabilidad social de las empresas

3.1 Definición de la responsabilidad social de las empresas

La responsabilidad social de las empresas puede definirse como un "tipo de autorregulación empresarial con el objetivo de rendir cuentas socialmente y tener un impacto positivo en la sociedad" (Business News Daily). La definición de la ONUDI es más detallada: "La responsabilidad social de las empresas es un concepto de gestión mediante el cual las empresas integran las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las interacciones con sus interlocutores. En general, se entiende que la RSE es la forma en que una empresa logra un equilibrio entre los imperativos económicos, medioambientales y sociales, al tiempo que responde a las expectativas de los accionistas y las partes interesadas".

No existe una fórmula única para que una empresa integre la estructura de la RSE. Sin embargo, debe integrarla en sus operaciones y su cultura por el bien de su reputación y su marca. Una empresa puede incorporar un enfoque de RSE a su trabajo:

- adoptar un enfoque ecológico y respetuoso con el medio ambiente en la estructura y la producción de la empresa
- impulsar la igualdad, la diversidad y la inclusión en el entorno laboral
- respetar a los empleados
- asegurarse de que las decisiones adoptadas se ajustan a la ética
- retribuyendo a la comunidad

Entre los beneficios potenciales de implicar un enfoque de RSE en las operaciones de la empresa figuran:

- mejorar la imagen positiva y la reputación de la empresa
- aumento de las ventas y fidelización de la clientela
- mayor reconocimiento de la marca
- acceso al capital
- ahorro en los costes generales de explotación
- puede atraer talento de calidad y retener a los empleados
- desarrollo de la organización
- mejora de los resultados financieros

El proceso para convertirse en una empresa socialmente responsable puede parecer sencillo, pero pueden surgir algunos baches. Los errores que aparecen con más frecuencia son:

- **Adoptar la RSE como estrategia de marketing.** Promocionar su empresa a la luz de su enfoque de la RSE puede resultar contraproducente si la empresa finalmente no lo cumple. Más que un hecho puntual, tomar el camino del progreso lento, adaptar las prácticas de RSE a lo largo de un periodo de tiempo puede ser más beneficioso tanto para los empleados como para los consumidores y, sobre todo, para la responsabilidad social a largo plazo.
- **Abstenerse de iniciativas no relacionadas.** Abstenerse de participar en iniciativas que no estén directamente asociadas o relacionadas con el objetivo principal de la empresa, o que incluso vayan en contra de las directrices éticas de la organización, puede ayudar mucho a construir una marca. También demuestra una mayor reflexión en la práctica en lugar de tirar el dinero a ciegas por orden de llegada.
- **Seguir la tendencia del sector.** Para marcar la pauta en el sector empresarial, las organizaciones deben dar un paso adelante y no conformarse con las actividades sostenibles que son meros requisitos legales.

3.2 El marco cuatripartito de definición de la RSE

La definición en cuatro partes de Carroll de la RSE se enunció originalmente de la siguiente manera: "La responsabilidad social de las empresas abarca las expectativas económicas, jurídicas, éticas y discrecionales (filantrópicas) que la sociedad tiene de las organizaciones en un momento dado" (Carroll [1979](#), [1991](#)). Este conjunto de cuatro responsabilidades crea una base o infraestructura que ayuda a delinear con cierto detalle y a enmarcar o caracterizar la naturaleza de las responsabilidades de las empresas para con la sociedad de la que forma parte. En el primer estudio de investigación en el que se utilizaron las cuatro categorías se comprobó que la validez de contenido del constructo y el instrumento que lo evaluaba eran válidos (Aupperle et al. [1985](#)). El estudio constató que los expertos eran capaces de distinguir entre los cuatro componentes. Además, el análisis factorial realizado concluyó que existen cuatro componentes de la responsabilidad social de las empresas empíricamente interrelacionados, pero conceptualmente independientes. Este estudio también concluyó que los valores relativos o pesos de cada uno de los componentes, tal y como los representaba implícitamente Carroll, se aproximaban al grado relativo de importancia que los 241 ejecutivos encuestados otorgaban a los cuatro componentes: económico = 3,5; legal = 2,54; ético = 2,22; y discrecional/filantrópico = 1,30. Investigaciones posteriores han demostrado que el instrumento de Aupperle para medir la RSE utilizando las cuatro categorías de Carroll (Aupperle [1984](#)) era válido y útil (Edmondson y Carroll [1999](#); Pinkston y Carroll [1996](#) y otros). En resumen, el carácter distintivo y la utilidad en la investigación de las cuatro categorías se han establecido a través de una serie de proyectos de investigación empírica. A continuación se hace un breve repaso de cada una de las cuatro categorías de RSE.

Responsabilidades económicas

Como condición o requisito fundamental de existencia, las empresas tienen una responsabilidad económica con la sociedad que les permite crearse y mantenerse. Al principio, puede parecer inusual pensar en una expectativa económica como una responsabilidad social, pero es lo que es porque la sociedad espera, de hecho exige, que las organizaciones empresariales sean capaces de sostenerse a sí mismas y la única forma de que esto sea posible es siendo rentables y capaces de incentivar a los propietarios o accionistas para que inviertan y dispongan de recursos suficientes para continuar en funcionamiento. En sus orígenes, la sociedad considera a las organizaciones empresariales como instituciones que producirán y venderán los bienes y servicios que necesita y desea. Como incentivo, la sociedad permite a las empresas obtener beneficios. Las empresas crean beneficios cuando añaden valor, y al hacerlo benefician a todas las partes interesadas de la empresa.

Los beneficios son necesarios tanto para recompensar a los inversores/propietarios como para el crecimiento empresarial cuando los beneficios se reinvierten en la empresa. Directores generales, gerentes y empresarios darán fe de la importancia fundamental de la rentabilidad y el rendimiento de la inversión como motivadores del éxito empresarial. Prácticamente todos los sistemas económicos del mundo reconocen la

importancia vital para las sociedades de que las empresas obtengan beneficios. Al pensar en sus responsabilidades económicas, las empresas emplean muchos conceptos empresariales orientados a la eficacia financiera: atención a los ingresos, rentabilidad, inversiones, marketing, estrategias, operaciones y un sinnúmero de conceptos profesionales centrados en aumentar el éxito financiero a largo plazo de la organización. En el actual entorno empresarial global hipercompetitivo, los resultados económicos y la sostenibilidad se han convertido en temas urgentes. Las empresas que no tienen éxito en su esfera económica o financiera salen del negocio y cualquier otra responsabilidad que pueda corresponderles se convierte en una consideración discutible. Por lo tanto, la responsabilidad económica es un requisito básico que debe cumplirse en un mundo empresarial competitivo.

Responsabilidades legales

La sociedad no sólo ha sancionado a las empresas como entidades económicas, sino que también ha establecido las reglas básicas mínimas según las cuales se espera que las empresas operen y funcionen. Estas normas básicas incluyen leyes y reglamentos y, de hecho, reflejan la visión de la sociedad de la "ética codificada" en el sentido de que articulan nociones fundamentales de prácticas empresariales justas establecidas por los legisladores a nivel federal, estatal y local. Se espera y se exige a las empresas que cumplan estas leyes y reglamentos como condición para operar. No es casualidad que los responsables de cumplimiento ocupen ahora un puesto importante y de alto nivel en los organigramas de las empresas. Al mismo tiempo que cumplen con estas responsabilidades legales, las expectativas importantes de las empresas incluyen:

- Actuar de forma coherente con las expectativas del gobierno y la ley
- Cumplimiento de diversas normativas federales, estatales y locales.
- Comportarse como ciudadanos corporativos respetuosos con la ley
- Cumplir todas sus obligaciones legales con las partes interesadas de la sociedad.
- Suministro de bienes y servicios que cumplan al menos los requisitos legales mínimos

Responsabilidades éticas

Las expectativas normativas de la mayoría de las sociedades sostienen que las leyes son esenciales pero no suficientes. Además de lo que exigen las leyes y los reglamentos, la sociedad espera que las empresas actúen y dirijan sus asuntos de forma ética. Asumir responsabilidades éticas implica que las organizaciones adoptarán aquellas actividades, normas, estándares y prácticas que, aunque no estén codificadas en la ley, se esperan de todos modos. Parte de la expectativa ética es que las empresas respondan al "espíritu" de la ley, no sólo a su letra. Otro aspecto de la expectativa ética es que las empresas conduzcan sus asuntos de manera justa y objetiva, incluso en aquellos casos en los que las leyes no proporcionan orientación ni dictan cursos de acción. Así pues, las responsabilidades éticas abarcan aquellas actividades, normas, políticas y prácticas que

la sociedad espera o prohíbe aunque no estén codificadas en la ley. El objetivo de estas expectativas es que las empresas sean responsables y respondan a toda la gama de normas, estándares, valores, principios y expectativas que reflejan y honran lo que los consumidores, los empleados, los propietarios y la comunidad consideran coherente con respecto a la protección de los derechos morales de las partes interesadas. La distinción entre expectativas legales y éticas a menudo puede ser delicada. Las expectativas legales se basan ciertamente en premisas éticas. Pero las expectativas éticas van más allá. En esencia, ambas contienen una fuerte dimensión o carácter ético y la diferencia radica en el mandato que la sociedad ha dado a las empresas a través de la codificación legal.

Al tiempo que se cumplen estas responsabilidades éticas, entre las expectativas importantes de las empresas se incluyen:

- Actuar de forma coherente con las expectativas de las costumbres sociales y las normas éticas.
- Reconocer y respetar las normas éticas o morales nuevas o en evolución adoptadas por la sociedad.
- Evitar que se pongan en peligro las normas éticas para alcanzar los objetivos empresariales.
- Ser buenos ciudadanos corporativos haciendo lo que se espera moral o éticamente
- Reconocer que la integridad empresarial y el comportamiento ético van más allá del mero cumplimiento de las leyes y reglamentos (Carroll [1991](#)).

Como complemento a todo lo que se ha dicho sobre las responsabilidades éticas, también hay que decir claramente que, además de las expectativas de la sociedad sobre el desempeño ético, también existen los grandes principios universales de la filosofía moral, como los derechos, la justicia y el utilitarismo, que también deben informar y guiar las decisiones y prácticas de la empresa.

Responsabilidades filantrópicas

La filantropía empresarial incluye todas las formas de donaciones de las empresas. La filantropía empresarial abarca las actividades voluntarias o discrecionales de las empresas. La filantropía o las donaciones empresariales pueden no ser una responsabilidad en sentido literal, pero normalmente son esperadas por las empresas hoy en día y forman parte de las expectativas cotidianas del público. Ciertamente, la cantidad y la naturaleza de estas actividades son voluntarias o discrecionales. Se guían por el deseo de las empresas de participar en actividades sociales que no son obligatorias, no las exige la ley y, en general, no se espera de las empresas en un sentido ético. Dicho esto, algunas empresas hacen donaciones en parte por motivos éticos. Es decir, quieren hacer lo correcto para la sociedad. El público tiene la sensación de que las empresas "devolverán", y esto constituye el aspecto de "expectativa" de la

responsabilidad. Cuando se examina el contrato social entre las empresas y la sociedad actual, se observa que los ciudadanos esperan que las empresas sean buenos ciudadanos corporativos, al igual que los individuos. Para cumplir con sus responsabilidades filantrópicas percibidas, las empresas se involucran en una variedad de formas de dar: regalos de recursos monetarios, donaciones de productos y servicios, voluntariado de empleados y directivos, desarrollo comunitario y cualquier otra contribución discrecional a la comunidad o a los grupos de interés que la componen.

Aunque a veces existe una motivación altruista para las donaciones empresariales, la mayoría de las empresas se dedican a la filantropía como una forma práctica de demostrar su buena ciudadanía. Esto se hace para mejorar o aumentar la reputación de la empresa y no necesariamente por razones nobles o abnegadas. La principal diferencia entre las categorías ética y filantrópica en el modelo de cuatro partes es que las donaciones empresariales no se esperan necesariamente en un sentido moral o ético. La sociedad espera esas donaciones, pero no califica a las empresas de "poco éticas" en función de sus pautas de donación o de si las empresas donan al nivel deseado. En consecuencia, la responsabilidad filantrópica es más discrecional o voluntaria por parte de las empresas. De ahí que esta categoría se considere a menudo como buena "ciudadanía corporativa". Dicho todo esto, la filantropía ha sido históricamente uno de los elementos más importantes de las definiciones de RSE y esto sigue siendo así hoy en día.

En resumen, la definición cuatripartita de la RSE constituye un marco conceptual que incluye las expectativas económicas, jurídicas, éticas y filantrópicas o discrecionales que la sociedad deposita en las empresas en un momento dado. Y, en términos de comprensión de cada tipo de responsabilidad, podría decirse que la responsabilidad económica es "exigida" a las empresas por la sociedad; la responsabilidad legal también es "exigida" a las empresas por la sociedad; la responsabilidad ética es "esperada" de las empresas por la sociedad; y la responsabilidad filantrópica es "esperada/deseada" de las empresas por la sociedad (Carroll [1979](#), [1991](#)). Además, con el paso del tiempo, el significado exacto de cada una de estas cuatro categorías también puede cambiar o evolucionar.

La pirámide de la RSE

La definición en cuatro partes de la RSE se publicó originalmente en 1979. En 1991, Carroll extrajo la definición en cuatro partes y la refundió en forma de pirámide de la RSE. El propósito de la pirámide era destacar el aspecto definitorio de la RSE e ilustrar la naturaleza modular del marco de cuatro partes. Se eligió la pirámide como diseño geométrico porque es sencilla, intuitiva y está hecha para resistir el paso del tiempo. En consecuencia, la responsabilidad económica se colocó como base de la pirámide porque es un requisito fundacional en los negocios. Al igual que los cimientos de un edificio

deben ser fuertes para sostener todo el edificio, la rentabilidad sostenida debe ser fuerte para apoyar las demás expectativas que la sociedad tiene de las empresas. La cuestión aquí es que la infraestructura de la RSE se construye sobre la premisa de una empresa económicamente sólida y sostenible.

Al mismo tiempo, la sociedad transmite a las empresas el mensaje de que se espera de ellas que obedezcan la ley y cumplan la normativa, porque la ley y la normativa son la codificación por parte de la sociedad de las reglas básicas sobre las que deben operar las empresas en una sociedad civil. Si nos fijamos en la RSE en los países en desarrollo, por ejemplo, la existencia o no de un marco jurídico y normativo influye significativamente en el hecho de que las multinacionales inviertan o no en ellos, ya que dicha infraestructura jurídica es imprescindible para sentar las bases de un crecimiento empresarial legítimo.

Además, se espera que las empresas actúen de forma ética. Esto significa que la empresa tiene la expectativa y la obligación de hacer lo que es correcto, justo y equitativo y de evitar o minimizar el daño a todas las partes interesadas con las que interactúa. Por último, se espera que la empresa sea un buen ciudadano corporativo, es decir, que devuelva y aporte recursos financieros, físicos y humanos a las comunidades de las que forma parte.

Hay que señalar que las organizaciones empresariales sociales no están obligadas a adoptar toda la gama de iniciativas de RSE, porque suelen ser organizaciones pequeñas, no suelen tener ánimo de lucro y suelen disponer de recursos limitados. Sin embargo, las organizaciones empresariales sociales PUEDEN adoptar normas de comportamiento ético y las funciones de gestión de estas organizaciones deben hacerlo:

- controlar las prácticas y el comportamiento de los empleados
- comunicar y reforzar las normas culturales y éticas compartidas
- garantizar que la cultura organizativa prevaleciente permita la denuncia de irregularidades en caso de comportamiento contrario a las normas
- reforzar constantemente la importancia de la ética en la organización

Tanto si los empresarios sociales tienen ánimo de lucro como si tienen otros objetivos sociales, la dirección puede (y debe) adoptarlos:

- Prácticas y comportamiento éticos
- Comunicación interna y externa para reforzar las normas éticas de la organización
- Comunicación clara y transparente en caso de comportamiento no conforme que no dé lugar a repercusiones.
- Reforzar en todo momento la importancia de la ética en la organización.

Reflexión / Autoevaluación

- 1) ¿Cómo aplicaría la ética empresarial si fuera directivo?
- 2) ¿Cómo garantizaría la buena ética empresarial de sus empleados?
- 3) ¿Cómo se relaciona el espíritu empresarial social con la ética empresarial?

Otros recursos

<https://www.redlands.edu/study/schools-and-centers/business/sbblog/2019/may-2019/3-reasons-why-business-ethics-important/#:~:text=Por%20definición%2C%20ética%20empresarial%20se,refiere,a%20comportamientos%20aceptables%20más allá%20del%20control%20gubernamental.>

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/other/business-ethics/>

<https://www.ashoka.org/en-us/focus/social-entrepreneurship>

<https://netimpact.org/blog/Four-Types-Social-Entrepreneurship>

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/business-ethics>

<https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/a-history-of-business-ethics/>

<https://yesfriends.co/collections/women> : "Yes friends" es una de las marcas de ropa más sostenibles y éticas del mundo, con una puntuación de "Excelente" en el directorio independiente de marcas éticas "Good On You". Merece la pena mencionar a Yes friends como caso de estudio, ya que es una marca de ropa realmente asequible y sostenible. La industria de la moda ha tenido algunas de las prácticas menos éticas en las últimas décadas y con el intento de muchas grandes organizaciones de "lavar verde" a los consumidores, es vital poder ver lo verdaderamente ética que es una organización.

En el sitio web de la empresa sólo aparecen dos productos: una camiseta clásica y una sudadera con capucha, imprescindibles en cualquier armario. Sin embargo, hay una gran cantidad de información sobre las prácticas éticas de la organización, así como sobre las mejoras que aún pueden introducirse. Se puede encontrar información sobre todos los pasos de la cadena de suministro global que se utiliza, así como los precios y el coste de los productos.

Entre las certificaciones concedidas a *los amigos de Yes* figuran:

Algodón Fairtrade (nº de licencia FLO: FFLC0862)

Norma Textil Ecológica Mundial

Fundación Fair Wear

Iniciativa para el Cumplimiento Social de las Empresas (BSCI)

Producción mundial responsable acreditada (WRAP)

Vegano aprobado por PETA

Algunas prácticas éticas de *los amigos de Yes* son

Envases sostenibles: fabricados con residuos de caña de azúcar, neutros en carbono y 100% reciclables.

Reciclar el agua en las fábricas

Los recortes se reciclan para fabricar otros artículos de algodón

Todos los tintes son atóxicos y el lodo tintóreo sobrante se envía a fábricas de cemento para ser procesado.

Pagan salarios justos a todas las personas de la cadena de suministro.

Yes friends es un excelente ejemplo de práctica ética que no engaña a sus clientes. Estar certificado por organizaciones independientes, así como informar de sus prácticas éticas con pruebas de lo que afirman, garantiza la confianza, la credibilidad, la responsabilidad social corporativa, la honestidad, la rendición de cuentas y la atención y el respeto hacia las personas.

Consejos al formador (opcional)

Referencias

<https://www.investopedia.com/terms/b/business-ethics.asp>

<https://centers.fuqua.duke.edu/case/about/what-is-social-entrepreneurship/>

<https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr>

<https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporate-social-responsibility.html>

<https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/business-benefits-corporate-social-responsibility>

<https://www.pioneerspost.com/news-views/20210330/cyprus-passes-social-enterprise-law>

https://www.socioeco.org/bdf_fiche-legislation-284_en.html

https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/proximity-and-social-economy/social-economy-eu/social-enterprises_en

<https://www.thehumancapitalhub.com/articles/The-Advantages-Of-Ethical-Behaviour-In-Business>

Recursos externos

Equipos informáticos, acceso a Internet para realizar búsquedas, asesores financieros, accesibilidad a los mercados, cuentas bancarias/mecanismos de transacciones financieras.