



FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

DEPARTAMENTO DE TEORÍA
ECONÓMICA Y ECONOMÍA POLÍTICA

Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social

**Una aproximación, desde la Teoría Económica,
a modelizaciones alternativas para el espacio iberoamericano.**

Doctorado en Teoría Económica y Economía Política

TESIS DOCTORAL

Tomo III – Anexos

Doctorando: D. Enrique S. Pées Boz.

Director: Dr. D. Camilo Lebón Fernández

Sevilla, España, Febrero de 2007.

Anexo I
Antropologías Comparadas
y Síntesis Gráfica

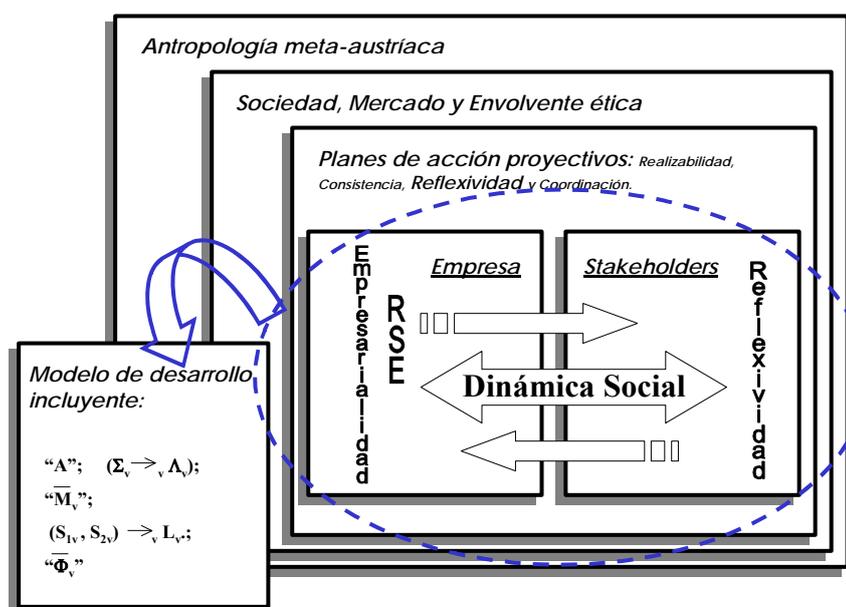
Antropologías comparadas y Síntesis gráfica

Cuadro I – Antropologías comparadas.

(Traducido y adaptado de Rodríguez García-Brazales, 2002, p. 352).

Antropologías:	Neoclásica	Keynesiana	Austriaca	Antropología Meta -austriaca ¹
“S ₁ ” – Concepción general:	Automatismo: Consumidores y Productores como optantes mecánicos.	Consumidores “mecánicos” y Productores con “expectativas”.	Acción humana con dinámica cultural y cognitiva (empresarialidad).	Fortalecimiento de la dinámica ética.
Escenario operativo:	Seudo-mercado.	Mercado con autoridad central.	Sociedad y Mercado.	Sociedad y Mercado
“S ₂ ” – Enunciados económicos:	Principio económico.	Principio económico.	Principio económico	Principio económico.
Tipo de Conocimiento:	Objetivo.	Subjetivo: expectativas; Objetivo: <i>output</i> .	Subjetivo: Preferencias y Conocimiento.	Proyectividad y referencia histórica: trayectoria de vida.
Presencia de unidad de valor.	Exclusiva monetización.	Exclusiva monetización.	Sí, pero no estrictamente exclusiva.	Medios y fines monetizables y no monetizables.
Estructura de los planes de acción.	Todos obligatoriamente compatibles.	Todos obligatoriamente compatibles.	Consumidores: obligatoriamente compatibles; Productores: no necesariamente.	Presencia de medios y fines que implican una “inviabilidad” de algunos planes de acción.
Proceso asignativo:	Siempre eficiente.	Dependiente de la eficiencia marginal del capital.	Dependiente de la empresarialidad.	Dependiente de dinámicas por saldo social.
Dinámica social:	Equilibrio General.	Asimetrías: equilibrio en el mercado de productos y no en el mercado laboral.	Tendencia hacia un equilibrio nunca alcanzable.	Relevancia de la reflexividad emergente del entorno racionante.

Cuadro II – Síntesis gráfica del Modelo.



¹ Según “*leap with continuity*” de Rodríguez García-Brazales, 2002, y trabajos de Cañibano, Encinar y Muñoz referenciados en la bibliografía.

Anexo II
Agentes y
Ensamblajes Personales

Agentes y Ensamblajes personales

A.	Empresario	6
I.	Ensamblaje Personal.....	6
1.01	Objetivos personales dominantes	6
1.02	Dinámica Ética (Trayectoria de vida).....	6
1.03	Dinámica Cognitiva.....	7
1.04	Dinámica Cultural	7
1.05	Proyecto de vida: Planes de Acción Proyectivos Personales	7
1.06	Visión de la Empresa, la Economía y la Sociedad:	8
II.	Perfil Empresarial.....	8
2.01	Objetivos dominantes empresariales	8
2.02	Estrategia empresarial dominante.....	9
2.03	Decisiones empresariales.....	10
2.04	Caracterización de fines y medios empresariales:.....	11
III.	Conceptualización de Empresa y Sociedad.....	11
3.01	Caracterización del Entorno Social	11
3.02	Caracterización del Mercado	12
IV.	Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	12
4.01	Estrategias de RSE en la empresa.....	12
4.02	Criterios prioritarios de diseño de las estrategias de RSE.....	13
4.03	Lecciones aprendidas.....	14
B.	Trabajador	15
I.	Ensamblaje Personal.....	15

1.01	Objetivos personales dominantes	15
1.02	Dinámica Ética (Trayectoria de vida).....	16
1.03	Dinámica Cognitiva.....	16
1.04	Dinámica Cultural	16
1.05	Proyecto de vida: Planes de Acción Proyectivos Personales	17
1.06	Visión de la Empresa, la Economía y la Sociedad:	17
II.	Perfil Laboral.....	17
2.01	Objetivos dominantes	17
2.02	Estrategia laboral dominante	18
2.03	Decisiones laborales	19
2.04	Caracterización de fines y medios de la actividad laboral:	20
III.	Conceptualización de Trabajador, Empresa y Sociedad	21
3.01	Caracterización del Entorno Social	21
3.02	Caracterización del Mercado	21
IV.	Valoración de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	22
4.01	Estrategias de RSE en la Sociedad y el Mercado local	22
C.	Consumidor	24
I.	Ensamblaje Personal.....	24
1.01	Objetivos personales dominantes	24
1.02	Dinámica Ética (Trayectoria de vida).....	25
1.03	Dinámica Cognitiva.....	25
1.04	Dinámica Cultural	25
1.05	Proyecto de vida: Planes de Acción Proyectivos Personales	26
1.06	Visión de la Empresa, la Economía y la Sociedad:	26

II.	Perfil como Consumidor.....	27
2.01	Acción de Compra - Objetivos dominantes.....	27
2.02	Estrategia dominante	27
2.03	Decisiones de compra.....	29
2.04	Caracterización de fines y medios del Consumidor:	30
III.	Conceptualización de Consumidor, Empresa y Sociedad	30
3.01	Caracterización del Entorno Social	30
3.02	Caracterización del Mercado	31
IV.	Valoración de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	32
4.01	Estrategias de RSE en la Sociedad y el Mercado local	32

A. Empresario

I. Ensamblaje Personal

1.01 Objetivos personales dominantes

1.01.1 Factores prioritarios:

1.01.1.1 Valores éticos

1.01.1.2 Persona

1.01.1.3 Comunidad

1.01.1.4 Medio Ambiente

1.01.1.5 Crecimiento económico general

1.01.1.6 Crecimiento empresarial

1.01.1.7 Sostenibilidad empresarial

1.01.1.8 Otros

1.02 Dinámica Ética (Trayectoria de vida)

1.02.1 Creencias y valores (concepción religiosa, concepción del Hombre, etc.)

1.02.2 Actitudes (compromiso social, membresía, etc.)

1.02.3 Integración familiar

1.03 Dinámica Cognitiva

1.03.1 Educación formal

1.03.2 Familia

1.03.3 Experiencia laboral

1.03.4 Experiencia sindical

1.03.5 Otros

1.04 Dinámica Cultural

1.04.1 Etnia

1.04.2 País y región de procedencia

1.04.3 País y región de convivencia reciente

1.04.4 Nivel económico y profesión de los padres

1.04.5 Afinidad política

1.04.6 Afinidad doctrinas económicas

1.04.7 Interpretación del rol sector público y sector privado

1.04.8 Concepto del crecimiento y desarrollo económico

1.05 Proyecto de vida: Planes de Acción Proyectivos Personales

1.05.1 Objetivos prioritarios

1.05.2 Horizonte temporal

1.05.3 Familia, Empresa, Comunidad

1.05.4 Re-construcciones históricas relevantes y reflexividad causal

1.06 Visión de la Empresa, la Economía y la Sociedad:

1.06.1 Función de la economía

1.06.2 Crecimiento vs. desarrollo económico

1.06.3 Razón de ser del Empresario: su lugar en la economía y la sociedad

II. Perfil Empresarial

2.01 Objetivos dominantes empresariales

2.01.1 Rentabilidad

2.01.2 Sostenibilidad

2.01.3 Reputación empresarial

2.01.4 Reconocimiento personal

2.01.5 Aporte social

2.01.6 Experiencia y aprendizaje

2.01.7 Relación con los objetivos dominantes personales

2.01.7.1 Objetivos empresariales vs. creencias y valores personales

2.01.7.2 Peso del “deber ser” en las decisiones empresariales

2.02 Estrategia empresarial dominante

2.02.1 Empresario y la empresa:

2.02.1.1 Liderazgo o coordinación

2.02.1.2 Relevo actual

2.02.1.3 Sustitución programada

2.02.2 La dinámica cognitiva del empresario:

2.02.2.1 Aprende

2.02.2.2 Innova

2.02.2.3 Repite

2.02.3 Posicionamiento en el mercado:

2.02.3.1 Competitividad

2.02.3.2 Liderazgo

2.02.3.3 Seguimiento

2.02.4 Metodología preferente:

2.02.4.1 Intuición

2.02.4.2 Razonabilidad y planificación técnicamente apoyada

2.02.4.3 Promoción de la gestión rutinaria o creativa

2.02.4.4 Valoración del surgimiento de “novedades” no planeadas

2.02.5 Horizonte temporal de la planificación

2.03 Decisiones empresariales

2.03.1 Modalidad

2.03.1.1 Consensuadas

2.03.1.2 Personales

2.03.2 Factores críticos

2.03.2.1 Características personales del empresario

2.03.2.2 Rentabilidad

2.03.2.3 Urgencias

2.03.2.4 Visión de medio y largo plazo

2.03.2.5 Influencia Sindical / Gremial

2.03.2.6 Competitividad

2.03.2.7 Liderazgo

2.03.2.8 Seguimiento

2.03.2.9 Presión social

2.03.2.10 Otros

2.04 Caracterización de fines y medios empresariales:

2.04.1 Incorporación de fines y medios no monetizables

2.04.2 Valoración de aspectos no monetizables por el mercado

2.04.2.1 ¿Cuantificable?

2.04.2.2 ¿En qué proporción?

2.04.3 Existencia de planes con conflictos internos

2.04.3.1 Entre fines y medios

2.04.3.2 Entre fines contrapuestos

2.04.3.3 Entre medios contrapuestos

2.04.3.4 Por su relación con creencias y valores personales

III. Conceptualización de Empresa y Sociedad

3.01 Caracterización del Entorno Social

3.01.1 Caracterización de la Sociedad local

3.01.2 Grado de empresarialidad y valoración del empresario

3.01.3 Qué grado de “envolvente ética” existe

3.01.4 Qué grado de preocupación existe en la Sociedad local por el Medio Ambiente, la Seguridad Laboral, el Comercio Justo y la RSE en general

3.01.5Cuál es el desarrollo de la RSE y en qué iniciativas prioritarias

3.01.6 Existe dinámica de cambio frente al “Saldo Social” (reacción desde la Sociedad a la gestión empresarial)

3.02 Caracterización del Mercado

3.02.1 Dinámica cognitiva

3.02.1.1 Asimetrías de información entre empresarios

3.02.1.2 Entre empresarios y consumidores

3.02.1.3 Entre consumidores

3.02.2 Reacción del consumidor medio

3.02.2.1 Compra por precio, calidad u otros factores monetizables o no monetizables

3.02.2.2 Capacidad de aprendizaje

3.02.2.3 Valoración de las iniciativas de RSE

IV. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

4.01 Estrategias de RSE en la empresa

4.01.1 Ya aplicadas

4.01.2 Programadas

4.01.3 Caracterización

4.01.3.1 ¿Coste o Inversión?

4.01.3.2 ¿Voluntarias o condicionadas por el entorno?

4.01.3.3 ¿Formando parte de los temas estratégicos?

4.01.4 Resultados o efectos esperados

4.01.4.1 Reputación

4.01.4.2 Capital Humano

4.01.4.3 Clientes

4.01.4.4 Incremento de la rentabilidad económico-financiera

4.01.4.5 Seguimiento de pautas del mercado

4.01.4.6 Sostenibilidad empresarial

4.01.5 Plazos de concreción

4.01.6 Duración del efecto principal esperado

4.02 Criterios prioritarios de diseño de las estrategias de RSE

4.02.1 Respuesta (reconstrucción) a “reflexividad” (reacción) social

4.02.2 Iniciativas voluntarias

4.02.3 Ajuste de medios, fines o ambos

4.03 Lecciones aprendidas

4.03.1 Relación entre planes originales, resultados esperados de la aplicación de iniciativas de RSE y “reflexividad” (reacción) de la Sociedad

4.03.2 “Reconstrucción” (ajuste) desde la empresa frente a los resultados de la aplicación de iniciativas de RSE

4.03.3 Cuáles han sido las iniciativas más exitosas y por qué

4.03.3.1 Valores y Principios Éticos;

4.03.3.2 Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo;

4.03.3.3 Apoyo a la Comunidad;

4.03.3.4 Protección del Medio Ambiente;

4.03.3.5 Marketing Responsable

4.03.3.6 Otras

4.03.4 Factores críticos que influyeron en el resultado

4.03.5 Grado de sostenibilidad y riesgos

B. Trabajador

I. Ensamblaje Personal

1.01 Objetivos personales dominantes

1.01.1 Factores prioritarios:

- 1.01.1.1 Valores éticos
- 1.01.1.2 Persona
- 1.01.1.3 Familia
- 1.01.1.4 Comunidad
- 1.01.1.5 Medio Ambiente
- 1.01.1.6 Ingreso vs. Ocio
- 1.01.1.7 Salud
- 1.01.1.8 Carrera laboral
- 1.01.1.9 Aprendizaje continuo
- 1.01.1.10 Productividad
- 1.01.1.11 Sostenibilidad fuente laboral
- 1.01.1.12 Crecimiento económico general
- 1.01.1.13 Otros

1.02 Dinámica Ética (Trayectoria de vida)

1.02.1 Creencias y valores (concepción religiosa, concepción del Hombre, etc.)

1.02.2 Actitudes (compromiso social, membresía, etc.)

1.02.3 Integración familiar

1.03 Dinámica Cognitiva

1.03.1 Educación formal

1.03.2 Familia

1.03.3 Experiencia laboral

1.03.4 Experiencia sindical

1.03.5 Otros

1.04 Dinámica Cultural

1.04.1 Etnia

1.04.2 País y región de procedencia

1.04.3 País y región de convivencia reciente

1.04.4 Nivel económico y profesión de los padres

1.04.5 Afinidad política

1.04.6 Afinidad doctrinas económicas

1.04.7 Interpretación del rol sector público y sector privado

1.04.8 Concepto del crecimiento y desarrollo económico

1.04.9 Conceptualización de la Empresa

1.04.10 Otros

1.05 Proyecto de vida: Planes de Acción Proyectivos Personales

1.05.1 Objetivos prioritarios

1.05.2 Horizonte temporal

1.05.3 Persona, Familia, Empresa, Comunidad

1.05.4 Re-construcciones históricas relevantes y reflexividad causal

1.06 Visión de la Empresa, la Economía y la Sociedad:

1.06.1 Función de la Empresa y la Economía en la dinámica social

1.06.2 Crecimiento vs. desarrollo económico

1.06.3 Razón de ser del Trabajador y del Empresario: su lugar en la economía y la sociedad

II. Perfil Laboral

2.01 Objetivos dominantes

2.01.1 Ingreso

2.01.2 Sostenibilidad fuente laboral

2.01.3 Carrera laboral y Reconocimiento personal

2.01.4 Productividad

2.01.5 Experiencia y aprendizaje

2.01.6 Aporte social

2.01.7 Sociabilización

2.01.8 Otros

2.02 Estrategia laboral dominante

2.02.1 El trabajador y la empresa:

2.02.1.1 Relacionamiento con el empresario

2.02.1.2 Prelación Empresa vs. Comunidad

2.02.1.3 Integración laboral y social

2.02.1.4 Seguridad laboral

2.02.1.5 Envolverte ética

2.02.2 La dinámica cognitiva del trabajador:

2.02.2.1 Aprende

2.02.2.2 Innova

2.02.2.3 Repite

2.02.3 Carrera laboral: Posicionamiento en la empresa:

2.02.3.1 Competitividad

2.02.3.2 Liderazgo

2.02.3.3 Seguimiento

2.02.4 Metodología preferente:

2.02.4.1 Intuición

2.02.4.2 Razonabilidad y planificación técnicamente apoyada

2.02.4.3 Priorización de la gestión rutinaria o de la creatividad

2.02.4.4 Valoración del surgimiento de “novedades” no planeadas

2.02.5 Horizonte temporal de la “visión” y de la planificación de la gestión
laboral

2.03 Decisiones laborales

2.03.1 Modalidad

2.03.1.1 Consultadas con los niveles superiores

2.03.1.2 Personales

2.03.1.3 Consensuadas (Familia, Sindicato, etc.)

2.03.1.4 Otras

2.03.2 Factores críticos

- 2.03.2.1 Características personales
- 2.03.2.2 Seguridad y sostenibilidad laboral
- 2.03.2.3 Compensaciones especiales y otros ingresos
- 2.03.2.4 Urgencias
- 2.03.2.5 Visión de medio y largo plazo
- 2.03.2.6 Influencia Sindical / Gremial
- 2.03.2.7 Carrera laboral
- 2.03.2.8 Liderazgo
- 2.03.2.9 Seguimiento
- 2.03.2.10 Presión social
- 2.03.2.11 Otros

2.04 Caracterización de fines y medios de la actividad laboral:

- 2.04.1 Incorporación de fines y medios no monetizables en los planes de acción personales proyectivos.
- 2.04.2 Proporción de aspectos no monetizables por el mercado y evolución de la estructura monetizables-no monetizables.
- 2.04.3 Experiencia de planes con conflictos internos

- 2.04.3.1 Entre fines y medios
- 2.04.3.2 Entre fines contrapuestos
- 2.04.3.3 Entre medios contrapuestos
- 2.04.3.4 Por su relación con creencias y valores personales

III. Conceptualización de Trabajador, Empresa y Sociedad

3.01 Caracterización del Entorno Social

- 3.01.1 Caracterización de la Sociedad local
- 3.01.2 Grado de empresarialidad y valoración del trabajo y del empresario
- 3.01.3 Qué grado de “envolvente ética” existe
- 3.01.4 Qué grado de preocupación existe en la Sociedad local por los Valores Éticos, el Medio Ambiente, la Seguridad Laboral, el Comercio Justo y la RSE en general
- 3.01.5 Cuál es el desarrollo de la RSE y en qué iniciativas prioritarias
- 3.01.6 Existe dinámica de cambio frente al “Saldo Social” (reacción desde la Sociedad a la gestión empresarial)

3.02 Caracterización del Mercado

- 3.02.1 Dinámica cognitiva
 - 3.02.1.1 Asimetrías de información entre trabajadores y empresarios

3.02.1.2 Entre empresarios y consumidores

3.02.1.3 Entre trabajadores

3.02.2 Imagen del consumidor medio

3.02.2.1 Compra por precio, calidad u otros factores monetizables o no monetizables

3.02.2.2 Capacidad de aprendizaje

3.02.2.3 Valoración de las iniciativas de RSE

IV. Valoración de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

4.01 Estrategias de RSE en la Sociedad y el Mercado local

4.01.1 Cuáles:

4.01.1.1 Valores y Principios Éticos;

4.01.1.2 Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo;

4.01.1.3 Apoyo a la Comunidad;

4.01.1.4 Protección del Medio Ambiente;

4.01.1.5 Marketing Responsable

4.01.1.6 Otras

4.01.2 Motivación y caracterización

4.01.2.1 Voluntarias o condicionadas por el entorno

4.01.2.2 Formando parte de los temas estratégicos de las empresas o como iniciativas aisladas, paralelas o no integradas a la gestión empresarial

4.01.3 Resultados o efectos esperados

4.01.3.1 Reputación empresarial

4.01.3.2 Capital Humano

4.01.3.3 Clientes

4.01.3.4 Incremento de la rentabilidad económico-financiera

4.01.3.5 Sostenibilidad empresarial

4.01.3.6 Otros

4.01.4 Persistencia y sostenibilidad de los efectos en la Sociedad

4.01.5 “Reflexividad” social y cambios en las iniciativas iniciales de RSE

4.01.6 Factores críticos que influyen en los resultados y sostenibilidad de las iniciativas de RSE en la Sociedad y el Mercado local.

C. Consumidor

I. Ensamblaje Personal

1.01 Objetivos personales dominantes

1.01.2 Factores prioritarios:

- 1.01.2.1 Valores éticos
- 1.01.2.2 Persona
- 1.01.2.3 Familia
- 1.01.2.4 Comunidad
- 1.01.2.5 Integridad, Veracidad y Confianza
- 1.01.2.6 Transparencia
- 1.01.2.7 Medio Ambiente
- 1.01.2.8 Salud
- 1.01.2.9 Estética
- 1.01.2.10 Economía
- 1.01.2.11 Aprendizaje continuo
- 1.01.2.12 Experiencia
- 1.01.2.13 Tiempo y accesibilidad

1.01.2.14 Novedad

1.01.2.15 Otros

1.02 Dinámica Ética (Trayectoria de vida)

1.02.1 Creencias y valores (concepción religiosa, concepción del Hombre, etc.)

1.02.2 Actitudes (compromiso social, membresía, etc.)

1.02.3 Integración familiar y social

1.03 Dinámica Cognitiva

1.03.1 Educación formal

1.03.2 Familia

1.03.3 Experiencia laboral

1.03.4 Experiencia sindical / gremial

1.03.5 Otros

1.04 Dinámica Cultural

1.04.1 Etnia

1.04.2 País y región de procedencia

1.04.3 País y región de convivencia reciente

1.04.4 Nivel económico y profesión de los padres

1.04.5 Afinidad política

1.04.6 Afinidad doctrinas económicas

1.04.7 Interpretación del rol sector público y sector privado

1.04.8 Concepto del crecimiento y desarrollo económico

1.04.9 Conceptualización de la Empresa y la Sociedad

1.04.10 Otros

1.05 Proyecto de vida: Planes de Acción Proyectivos Personales

1.05.5 Objetivos prioritarios

1.05.6 Horizonte temporal

1.05.7 Persona, Familia, Empresa, Comunidad

1.05.8 Re-construcciones históricas relevantes y reflexividad causal

1.06 Visión de la Empresa, la Economía y la Sociedad:

1.06.4 Función de la Empresa y la Economía en la dinámica social

1.06.5 Crecimiento vs. desarrollo económico

1.06.6 Razón de ser del Empresario: su lugar en la economía y la sociedad

II. Perfil como Consumidor

2.01 Acción de Compra - Objetivos dominantes

2.01.1 Precio y poder de compra

2.01.2 Sostenibilidad de la capacidad de compra (concepto de ingreso permanente y accidental)

2.01.3 Consumo de calidad

2.01.4 Consumo saludable

2.01.5 Responsabilidad social y medio-ambiental

2.01.6 Seguimiento de tendencias (Modas)

2.01.7 Sociabilización

2.01.8 Otros

2.02 Estrategia dominante

2.02.1 El Consumidor y el Mercado:

2.02.1.1 Prelación de Criterios Económico-Financieros

2.02.1.2 Prelación de Criterios Sociales y Medio-Ambientales

2.02.1.3 Transparencia, Información y Marketing Responsable

2.02.1.4 Valoración de la Integridad Comercial

2.02.1.5 Salud y producción responsable

2.02.1.6 Accesibilidad

2.02.1.7 Valoración de la RSE

2.02.1.8 Reputación y Atención al Cliente de la empresa

2.02.1.9 Otros

2.02.2 La dinámica cognitiva del Consumidor:

2.02.2.1 Aprende

2.02.2.2 Innova

2.02.2.3 Repite

2.02.3 Características adquisitivas:

2.02.3.1 Liderazgo

2.02.3.2 Seguimiento

2.02.3.3 Valoración de las “novedades”

2.02.4 Metodología preferente:

2.02.4.1 Intuición

2.02.4.2 Razonabilidad y planificación técnicamente apoyada

2.02.4.3 Priorización de la gestión rutinaria o de la creatividad

2.02.4.4 Valoración del surgimiento de “novedades” no planeadas

2.02.4.5 Seguimiento de tendencias (Modas)

2.02.4.6 Otras.

2.02.5 Horizonte temporal de la adquisición.

2.03 Decisiones de compra

2.03.1 Modalidad

2.03.1.1 Consultadas con amistades o familiares

2.03.1.2 Personales

2.03.1.3 Consensuadas (Familia, Sindicato, etc.)

2.03.1.4 Otras

2.03.2 Factores críticos

2.03.2.1 Características del Producto / Servicio

2.03.2.2 Precio y consideraciones económico-financieras

2.03.2.3 Seguimiento de tendencias (Modas)

2.03.2.4 Urgencias

2.03.2.5 Visión de medio y largo plazo

2.03.2.6 Influencia familiar, de amistades o especialistas

2.03.2.7 Socialización y Reconocimiento personal

2.03.2.8 Accesibilidad y Prácticas comerciales

2.03.2.9 Transparencia y producción responsable

2.03.2.10 Servicio post-venta

2.03.2.11 Otros

2.04 Caracterización de fines y medios del Consumidor:

2.04.1 Incorporación de fines y medios no monetizables en los planes de acción proyectivos personales.

2.04.2 Proporción de aspectos no monetizables por el mercado y evolución de la estructura monetizables-no monetizables.

2.04.3 Experiencia de planes con conflictos internos

2.04.3.1 Entre fines y medios

2.04.3.2 Entre fines contrapuestos

2.04.3.3 Entre medios contrapuestos

2.04.3.4 Por su relación con creencias y valores personales

III. Conceptualización de Consumidor, Empresa y Sociedad

3.01 Caracterización del Entorno Social

3.01.1 Caracterización de la Sociedad local

3.01.2 Grado de empresariedad y valoración del empresario

3.01.3 Qué grado de “envolvente ética” existe

3.01.4 Qué grado de preocupación existe en la Sociedad local por los Valores Éticos, el Medio Ambiente, la Seguridad Laboral, el Comercio Justo y la RSE en general

3.01.5Cuál es el desarrollo de la RSE y en qué iniciativas prioritarias

3.01.6 Existe dinámica de cambio frente al “Saldo Social” (reacción desde la Sociedad a la gestión empresarial)

3.02 Caracterización del Mercado

3.02.3 Dinámica cognitiva

3.02.3.1 Asimetrías de información entre consumidores y empresarios

3.02.3.2 Entre empresarios y trabajadores

3.02.3.3 Entre consumidores

3.02.4 Imagen del consumidor medio

3.02.4.1 Compra por precio, calidad u otros factores monetizables o no monetizables

3.02.4.2 Capacidad de aprendizaje

3.02.4.3 Valoración de las iniciativas de RSE

IV. Valoración de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

4.01 Estrategias de RSE en la Sociedad y el Mercado local

4.01.1 Cuáles:

- 4.01.1.1 Valores y Principios Éticos;
- 4.01.1.2 Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo;
- 4.01.1.3 Apoyo a la Comunidad;
- 4.01.1.4 Protección del Medio Ambiente;
- 4.01.1.5 Marketing Responsable
- 4.01.1.6 Otras

4.01.2 Motivación y caracterización

- 4.01.2.1 Voluntarias o condicionadas por el entorno
- 4.01.2.2 Formando parte de los temas estratégicos de las empresas o como iniciativas aisladas, paralelas o no integradas a la gestión empresarial

4.01.3 Resultados o efectos esperados

- 4.01.3.1 Reputación empresarial
- 4.01.3.2 Capital Humano
- 4.01.3.3 Clientes

4.01.3.4 Incremento de la rentabilidad económico-financiera

4.01.3.5 Sostenibilidad empresarial

4.01.3.6 Otros

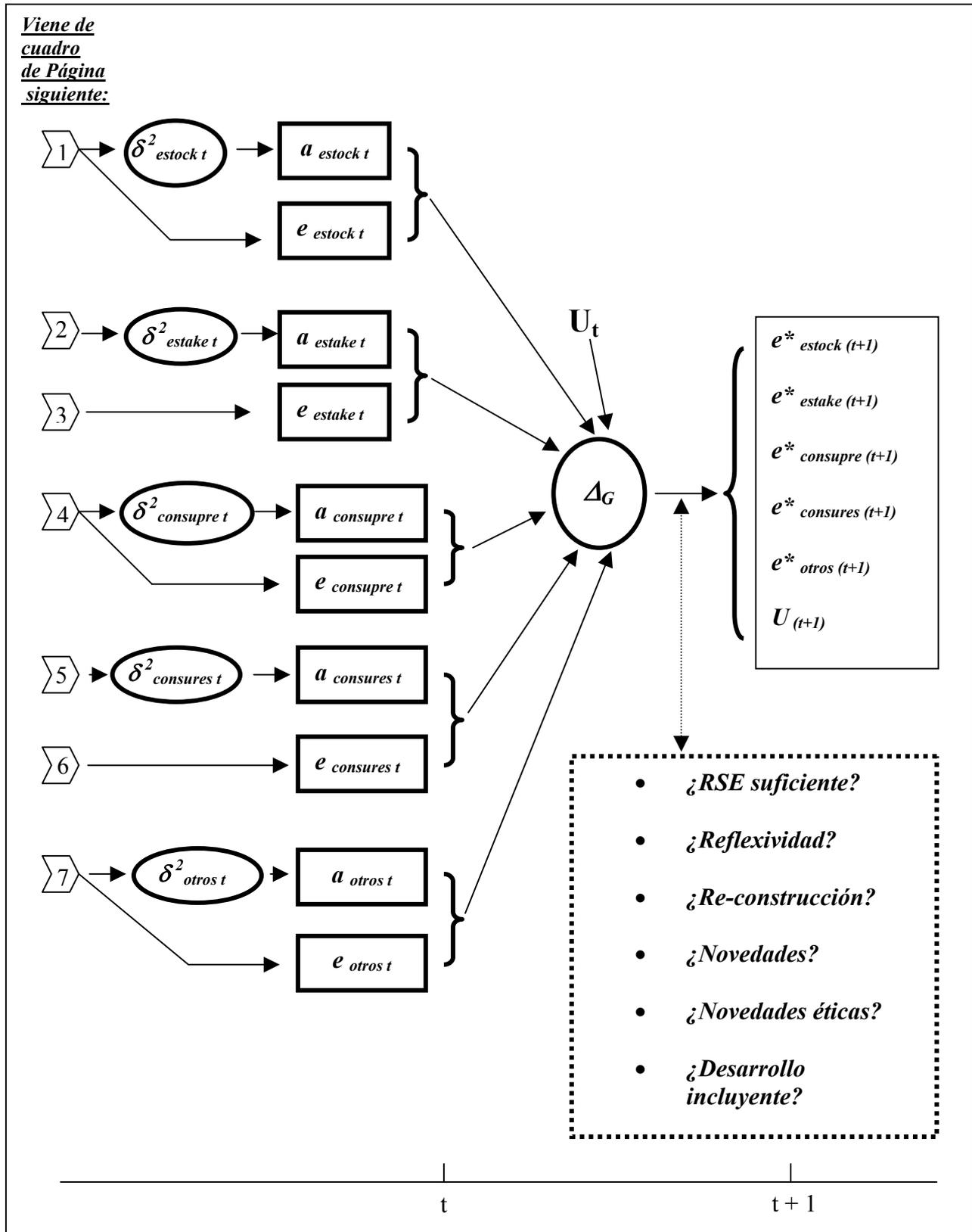
4.01.4 Persistencia y sostenibilidad de los efectos en la Sociedad

4.01.5 “Reflexividad” social y cambios en las iniciativas iniciales de RSE

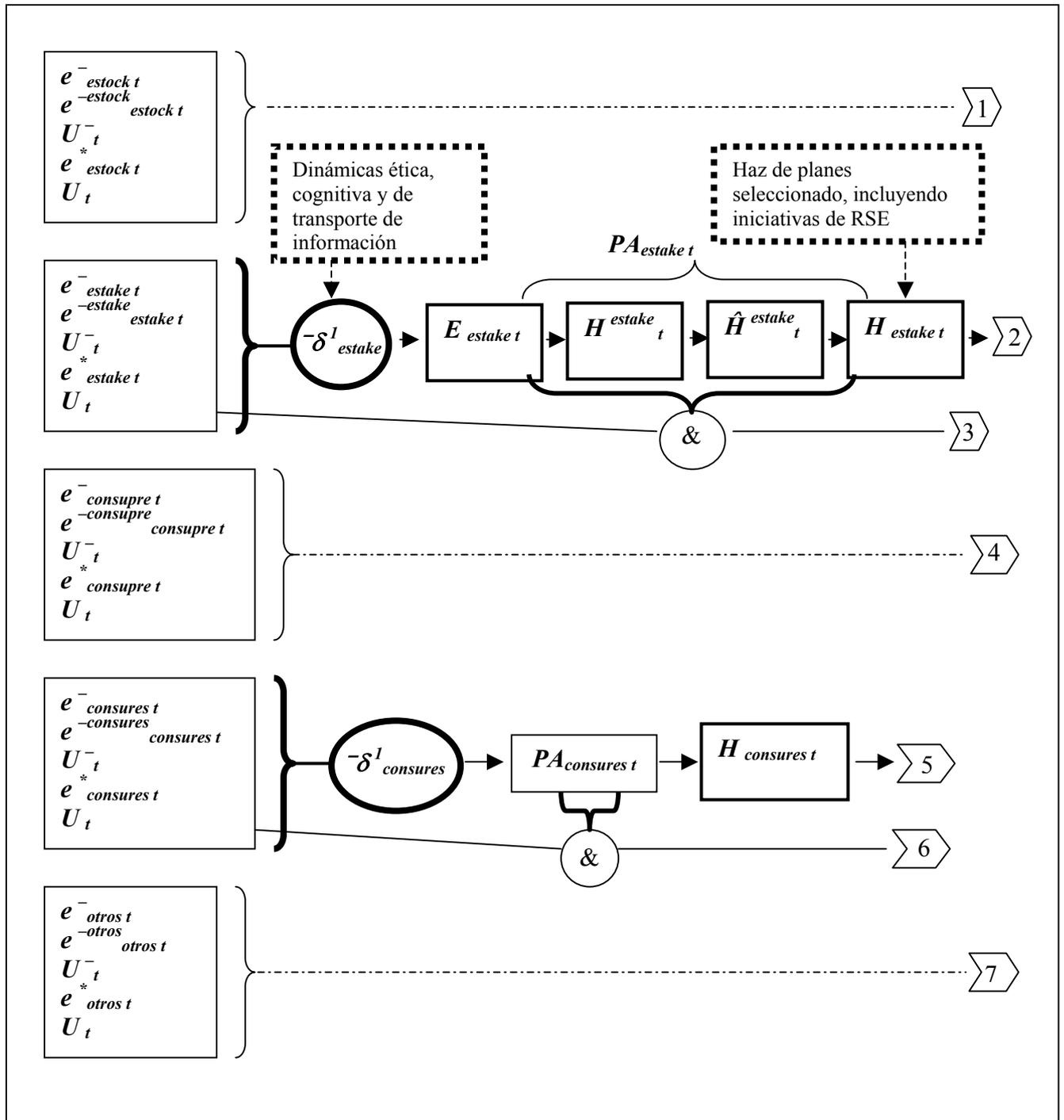
4.01.6 Factores críticos que influyen en los resultados y sostenibilidad de las iniciativas de RSE en la Sociedad y el Mercado local.

Anexo III
Dinámica Social Global

Sistema de piezas teóricas para la representación de la Dinámica global de la sociedad G¹



¹ Interpretado y adaptado de Rubio de Urquía, R., 2005, pp. 120 y 148.



Anexo IV
Teoría Económica
Simbología y referencias

Teoría Económica - Simbología y referencias¹

Durante el diseño gradual del objeto teórico-económico, utilizamos la siguiente simbología básica, sin perjuicio de la oportuna integración, y consecuente explicación, de simbología adicional y específica a las sucesivas etapas de investigación:

1. **“t”**: Instante de tiempo de referencia. Podrá ser interpretado entre “personas” –corto y mediano plazo- o entre generaciones de personas –largo plazo-, lo que implicará para nuestro caso de estudio, la permanencia o no de los agentes-tipo inicialmente considerados. El “mediano plazo” –valores de “t” representativos de períodos de 3 a 5 años-, será el más representativo de nuestra investigación, dada la cadencia requerida para la concreción de procesos de RSE y Desarrollo Incluyente;
2. **“i”**: Designa lo relativo a la persona “i” que, en nuestra primera aproximación, representa a cada uno de los agentes considerados: los ocho tipos de empresarios, los seis de consumidores y los cuatro de trabajadores. La presencia de los agentes en cada instante de tiempo, se reflejará por subíndices “it”, identificando “i” a la persona –física o jurídica-, mientras que “t” lo hará respecto al instante referenciado;
3. **P_{ith}** : h-ésimo plan de acción personal instantáneo de la persona “i” en el instante “t”,² representando iniciativas vinculadas o no a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)³, tanto en el emisor –el empresario-, como en el

¹ Adaptado de la estructura básica aportada por Rubio de Urquía, R., 2005, pp. 195-198.

² “Se refiere a algo que de momento no existe fuera de la elaboración de la persona” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 87).

³ “La RSE es un fenómeno voluntario por el que se busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora del medioambiente”. (Forética, [www.foretica.es]). “Una visión de negocios que integra en la gestión empresarial y en forma

receptor -que en esta primera aproximación estará identificado con el consumidor y el trabajador-, “efectivamente adoptados” o alternativos, incluyendo “algo que se produce de suyo”, o sea sin requerir medios propios de la persona “i”. Si bien “en general «planes de acción», adoptados o no, comprende todo tipo de planes personales de acción: todo tipo de medios y fines, todo tipo de estructuras de acomodación proyectiva entre medios y fines, todo tipo de relaciones entre planes personales relativos a una misma persona y entre planes de acción relativos a varias personas, todo tipo de «horizontes temporales», todo tipo de «modos de adopción», en nuestro caso nos abocaremos fundamentalmente a los vinculados con iniciativas de RSE y, como alternativa, a todos los tipos generales de operaciones estrictamente comercial-empresariales, todo ello según el «modo de adopción» a que responde nuestro modelo, en el marco de la antropología asumida, y sin que eso signifique exclusiones *a priori*. Por su parte, cabe adelantar que la estructura de “ligazones” entre acciones y objetivos que consideraremos prioritariamente en el caso de “empresarios”, nos remitirá al esquema de “Mapas Estratégicos” de Kaplan & Norton,⁴ mientras que con respecto a los “consumidores”, se tendrá fundamentalmente en cuenta una visión de “proyecto de vida”.

4. **H_i:** Haz de planes de acción personales instantáneos de la persona “i” en el instante “t”, originales y re-constituidos, incluyendo iniciativas vinculadas o no a la RSE, así como las correspondientes al consumidor y al trabajador, como “reflexividad” o reacción del receptor o involucrado. El intento de su ejecución

armónica, el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente”. (Desarrollo de la Responsabilidad Social, [www.deres.org.uy]).

⁴ Kaplan & Norton, 2004.

por parte de la persona “i” en el instante “t”, en el marco de la dinámica social “ Δ_G ” y según las características de la sociedad “G” –ambos conceptos definidos más adelante-, “es susceptible de producir *novedades*, esto es, productos (ocurrencias) *no previstos* de todo tipo –en la persona “i”, en otras personas, en medio, etc.”;⁵

5. **nt:** Número de personas en la sociedad (desde el origen de la misma) presentes en el instante “t”, con relevante peso cuantitativo y cualitativo – cultural, por ejemplo-, en la concepción societaria y el consecuente comportamiento y “reflexividad” esperables;
6. **E_{it} :** Ensamblaje personal instantáneo de creencias, valores, actitudes y representaciones teóricas y técnicas de la persona “i” en el instante “t”.⁶ En nuestra primera aproximación diferenciamos fundamentalmente dos perfiles en cada tipo de agente –empresarios, trabajadores y consumidores-, según sus respectivos “objetivos dominantes”, y reconocemos la eventual presencia de inconsistencias lógicas internas. Aplicadas las características anteriores a nuestros agentes a considerar en esta primera aproximación, implicará: a) Respecto a “creencias” de los distintos tipos de empresarios, las vincularemos preferentemente a los resultados sobre su grado de afinidad con la defensa de los intereses de los *stockholders* en particular o de los *stakeholders* en general, mientras que para con los trabajadores y los consumidores, las mismas

⁵ Rubio de Urquía, R., 2005, p. 89.

⁶ “Por «creencias» se entiende el conjunto de concepciones, representaciones y conocimientos a los que la persona está adherida fiducialmente. Por «valores» se entiende el conjunto de criterios de valoración efectivamente utilizados por la persona para ordenar proyectivamente la acción y emitir juicios de valor. Por «actitudes» se entiende rasgos de carácter estable que introducen una determinación en ciertos aspectos de la acción. Por «representaciones teóricas» se entiende el conjunto de concepciones, representaciones y conocimientos relativos a los que la persona se adhiere en virtud de juicio. Por «representaciones técnicas» se entiende el conjunto de concepciones, representaciones y conocimientos relativos a la producción.

impactarán sobre la mayor o menor “reflexividad”, según su visión teleológica de la existencia, por ejemplo; b) En cuanto a “valores”, los empresarios se dividirán entre aquellos más intuitivos y, alternativamente, los que se vinculen preferentemente a técnicas como las de “Mapas Estratégicos” de Kaplan & Norton; por su parte, el consumidor habrá generado sus “valores” de acuerdo a sus oportunidades de desarrollo en libertad, refiriéndonos con ello a Amartya Sen y a la Doctrina Social de la Iglesia, y los aplicará según su aproximación mayor o menor a la visión de “proyecto de vida”; c) Lo relativo a “actitudes” en el empresario, nos remitirá a cuestiones como las “rutinas” de la Economía Evolutiva, mientras que en cuanto a los consumidores, las “dinámicas éticas y cognitivas” (δ^e_i ; δ^c_i) serán relevantes forjadoras de aquellas; d) En lo atinente a “representaciones teóricas” tendrán gran importancia, para todos los tipos de agentes, los aspectos culturales y de Capital Social de cada sociedad considerada, así como singular trascendencia la “dinámica de transporte de la información” (D^{inf}_G); y e) Finalmente, las “representaciones técnicas” serán más propias de los “medios” del empresario, sin perjuicio de la relevancia sistémica del consumidor y del trabajador;

7. π_i : Caracterización de la persona “i”, de acuerdo con los tipos de empresarios, trabajadores y consumidores, en consecuencia con sus respectivos ensamblajes personales. Se deberá establecer si la persona –nuestros empresarios, trabajadores y consumidores, según los respectivos “tipos”-, es o no capaz de constituir, por sí misma, planes de acción que contengan iniciativas de RSE o “reacción” ante ellas, en qué pueden consistir dichos planes –cómo pueden ser los medios o acciones (empresariales o de capacidad adquisitiva del consumidor, por ejemplo), fines (según “objetivos dominantes” en cada tipo de

agente) y estructuras de acomodación entre medios y fines en esos planes-, y “si se puede predicar «libertad» de la persona”,⁷ esto último interpretado en términos de Amartya Sen, donde el grado de privación se concreta en la “dinámica de transporte de la información y en la “dinámica social”, mas no en la persona, aunque finalmente repercute sobre sus “dinámicas ética y cognitiva”. Todo ello, en nuestra opinión, sólo cabe en la que hemos identificado como antropología meta-austríaca (ver columna 5 del Cuadro I en Anexos). Respecto a los rasgos morfológicos de los planes, dentro de la estructura jerárquica de objetivos, los “dominantes” diferenciarán los tipos asumidos entre los empresarios, los trabajadores y los consumidores, al tiempo que la existencia de planes “inconsistentes” delimitará su propia “realizabilidad interna”;

8. δ^e_i : Dinámica ética de la persona “i”,⁸ que “sintetiza las dimensiones personales de decisión” y que se reflejará en la selección de los “objetivos dominantes” de cada uno de los cuatro tipos de agentes considerados en esta primera aproximación;
9. δ^c_i : Dinámica cognitiva de la persona “i”,⁹ que “sintetiza las dimensiones personales de cognición” y que, en nuestra primera modelización, consideraremos uniforme dentro de los empresarios, de los trabajadores y de los consumidores, sin desconocer el peso de las características de las sociedades a

⁷ Rubio de Urquía, R., 2005, p. 75.

⁸ “Es la «responsable», por así expresarlo, de la adopción práctica de decisiones relativas al «deber ser», al «querer» y al «preferir»: la formación del juicio moral, la concepción de proyecto de vida, y, en general, de objetivos de acción, la formación del gusto, etc. Son «producto» de la dinámica ética, pero también lo son decisiones tales como las de iniciar o no tal tipo de aprendizaje, las de superar inconsistencias lógicas constatadas, etc.” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 110).

⁹ “Es la «responsable», por así expresarlo, de la formación concreta de los sistemas de «creencias», «valores», etc., y, en general, de la formación concreta de capacidades diversas.

que pertenecen, en cuanto al “desenvolvimiento de capacidades conducentes a la «adopción de decisiones»”,¹⁰

10. **G:** Sociedad, que diferenciaremos de acuerdo a grupos básicos en el espacio iberoamericano, definidos por los respectivos ensamblajes de persona más característicos, implicando, fundamentalmente, Capital Social¹¹, culturas y “reflexividades” diversas. Sociedad que en cada instante de tiempo “t” variará, no sólo por la presencia o ausencia de la persona “i”, sino por las transformaciones –por acción, omisión o “novedades” emergentes- que ocurran en cada uno de sus integrantes y de su entorno no humano, en nuestro caso con especial atención a la RSE y al Desarrollo Incluyente, desde la ocurrencia de prácticas de “empresarialidad responsable”.
11. **D^{inf}_G:** Dinámica de transporte de información de la sociedad G,¹² que consideraremos de acuerdo con el grado de simetría y asimetría caracterizante de cada tipo de sociedad a identificar en el espacio iberoamericano, bajo la forma particular común de “economía de mercado”.

¹⁰ “Capacidades de todo tipo en y mediante las cuales la persona “i” va configurando su espacio proyectivo de acción: de autoconciencia, de percepción de la realidad, de comunicación con otras personas, de cognición en general, de formación de juicio moral, de decisión, de concepción de objetivos de acción y ordenación general de ésta, etc. (Rubio de Urquía, R. 2005, p. 109)

¹¹ Definición Operativa de Capital Social: Es el conjunto de actitudes y aptitudes que poseen los integrantes de una comunidad para conformar grupos u organizaciones económicas o sociales, dirigidas a resolver problemas comunitarios y a mejorar su calidad de vida. Las redes de ayuda mutua y las organizaciones comunitarias sociales o económicas también forman parte del concepto y es a lo que denominaremos Capital Social Estructural. Las actitudes y aptitudes comunitarias se refieren al efecto simultáneo de la asociatividad y de la confianza interpersonal e institucional, así como los valores morales y normas éticas que comparten y nos referiremos a ellas como Capital Social Cognitivo. Operativamente se considerará al Capital Social Cognitivo como un constructo psicológico conformado por la comunalidad (intersección) de las dimensiones psicológicas Confianza, Asociatividad y Civismo. (*¿Cómo enseñar Ética, Capital Social y Desarrollo en la Universidad?* – Curso BID-OEA [<http://cursos.educoas.org>].

¹² “... qué ensamblajes sociales de «creencias», etc. y elementos aislados se transmiten socialmente a las personas de la sociedad y cómo se realiza esa transmisión (...) ... consiste en un sistema de enunciados en el que se predicen propiedades o atributos relativos a: en qué consiste el depósito de ensamblajes sociales (de «creencias», etc.) y elementos diversos de estos de la sociedad G, cómo se transmiten estos, cómo se incorpora nueva «información» susceptible de ser transmitida, etc.” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 110 y 112).

12. π : Caracterización de “persona” en general,¹³ de acuerdo a los ensamblajes personales dominantes en cada tipo de sociedad identificada. Cabe consignar que nuestro modelo no incluirá agentes con descriptores relativos a “dinámica ética como “espacios vacíos”.
13. σ_G : Caracterización del sistema de interacción entre personas de la sociedad G, con especial atención al grado y las características del respectivo Capital Social identificable y de la consecuente “dinámica de transporte de información” (D_G^{inf}).
14. e_{it} : Estado de la persona “i” en el instante “t”, es decir, cuando adopta su haz de planes, con acciones vinculadas y no vinculadas a la RSE, como emisor o como receptor (empresarios, y trabajadores y consumidores, respectivamente). Como punto de adopción de decisiones para con todos nuestros tipos de empresarios y consumidores, ante iniciativas de RSE, se vincula directamente con sus respectivos ensamblajes personales (E_{it}).¹⁴
15. e^*_{it} : Estado anterior de la persona “i” en el instante “t”, es decir, cada uno de nuestros agentes, antes de seleccionar su haz de planes de acción.
16. δ^1_i : Dinámica de formación de ensamblajes “ E_{it} ” –resultante éste como “producto de la acción personal interactiva de la persona “i” a lo largo de su

¹³ “Consiste en un sistema de enunciados, relativos a un sistema de «descriptores» en los que se acomodan las categorías analíticas de la caracterización, predicando atributos, propiedades, etc., de la persona. Por lo tanto ese sistema de enunciados incluye, en general, enunciados relativos a dinanismos psíquicos, biológicos, etc. de la persona” (Rubio de Urquía, p. 113).

¹⁴ “El ensamblaje “ E_{it} ” es, exactamente, lo que define el espacio proyectivo subjetivo de la acción de la persona “i” en “t”: cómo está hecho el mundo, qué es posible y qué no lo es, qué es conocido y qué no lo es, en relación con el pasado, el presente y el futuro, qué puedo hacer, qué es «mejor», «peor», «lo que quiero», «lo que no quiero», etc. De modo que el ensamblaje “ E_{it} ” define el espacio de posibles cursos de acción y provee elementos de valoración para ordenarlos en relación con «deber ser», «querer» y «preferir»” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 105).

existencia”-,¹⁵ y de adopción de haces “ H_{it} ” de la persona “ i ”,¹⁶ fundamentalmente de acuerdo a factores culturales y de Capital Social de cada uno de los tipos de sociedades “ G ” a considerar.

17. e^{-}_{it} : Conjunto de todos los estados de la persona “ i ” anteriores al instante “ t ”, reflejando la historia vital de la persona “ i ” previa a adoptar el haz de planes incluyente o no de iniciativas de RSE o reacciones frente a las mismas, según se trate de empresarios, trabajadores o consumidores. Los factores culturales, de formación y de integración social de la persona “ i ”, serán especialmente considerados.
18. e^{-i}_{it} : Conjunto de todos los estados de las personas distintas de “ i ” anteriores al instante “ t ”, con alta equivalencia al estado de situación empírica de la sociedad a que aquella pertenece, antes de la adopción de un haz de planes de acción con o sin iniciativas de RSE o, alternativamente, de reaccionar frente a las mismas.
19. U^{-}_{it} : Conjunto de todos los estados del medio no humano –en otros términos, el entorno de actuación de cada persona “ i ” agregado a “ G ”-, anterior al instante “ t ”, en el cual se adopta por la persona “ i ” su haz de planes de acción.
20. U_{it} : Estado del medio no humano –el entorno no humano en el cual actúa la sociedad “ G ” a la que pertenece cada persona “ i ”, en el instante “ t ” en que dicho agente asume su haz de planes con o sin iniciativas de RSE, o reacciona frente a ellas.

¹⁵ Rubio de Urquía, R., 2005, p. 109.

¹⁶ “La dinámica “ δ^{-1}_i ” caracteriza, de modo abierto, el proceso de re-constitución secuencial del ensamblaje personal (de “ $E_{i(t-1)}$ ” a “ E_{it} ”) y el proceso de adopción de uno de los haces posibles –el haz “ H_{it} ”-. (...) ... en la formación de la dinámica “ δ^{-1}_i ”, intervienen las “dinámicas ética, cognitiva y de transporte de información”, la secuencia de ensamblajes personales de “ i ” anteriores al instante “ t ” y la «facticidad de lo que es (en lo que queda incluido “lo que ha sido en general)» (Rubio de Urquía, 2005, p. 115).

21. a_{it} : Acción total ejercida por la persona “i” en el instante “t”, con o sin valor susceptible de expresión monetaria y con o sin vinculación con iniciativas de RSE, sean éstas la instrumentación y puesta en práctica de Códigos de Ética, Cursos de Formación Ética, Balance Social o Memorias de Sostenibilidad, entre otras, o simplemente una operación comercial.
22. O_{it} : Objetivos de la persona “i” en el instante “t”, con o sin valor susceptible de expresión monetaria, consistentes o inconsistentes, primarios o secundarios, y jerarquizados de acuerdo a los ensamblajes personales de los dos tipos de empresarios y de consumidores incorporados en esta primera aproximación que realizaremos del *mapping* de la dinámica social generada por la ejecución –o intento de ejecución- de iniciativas de RSE.
23. δ_{it}^2 : Caracterización de las relaciones ligando entre sí a “ a_{it} ” –la acción personal efectivamente concretada por la persona “i” en el momento “t”, con la que dicha persona había proyectado e incluido en su haz de planes “ H_{it} ”, sin desconocer la presencia de “acciones no planeadas”.
24. d_U : Caracterización de la dinámica autónoma del medio no humano que sirve de entorno a cada una de las sociedades “G” a considerar.
25. Δ_G : Caracterización de la dinámica de generación de los estados personales y del medio no humano, en adelante identificada como “dinámica social”, de acuerdo con la evolución del entorno no humano y de cada uno de los agentes – los que consideramos especialmente, y de los demás-, tanto por los intentos de ejecución de las acciones planeadas, como por la ocurrencia de acciones no planeadas, así como de las “rutinas”, propias de los planteos de la Economía Evolutiva, todo ello en lo específico a iniciativas de RSE y su “reflexividad”

desde el consumidor y el trabajador, en el marco de la definida por Rubio de Urquía como “dinámica global de la sociedad”.¹⁷

26. **Σ** : Caracterización de “mundos ideales” a partir de antropologías particulares.¹⁸ En nuestro caso, la referente principal será la que en el Cuadro I incluido en anexos, hemos identificado como “Antropología meta-austríaca”, sin perjuicio de la incorporación oportuna de conceptos emergentes de obras como las de Knight, Schumpeter, Nelson & Winter y otros autores, especialmente los vinculados a la Economía Evolutiva como Boulding y Witt, siempre en el marco académico-científico desarrollado por Rubio de Urquía y otros miembros del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales Francisco de Vitoria, de los cuales destacamos los recientes trabajos de Cañibano, Encinar y Muñoz.
27. **A**: Caracterización de sistemas legales de “ Σ ”, con especial énfasis en las consecuencias esperables de comportamientos emergentes de iniciativas de RSE en las diferentes sociedades a considerar y en los diversos agentes incorporados en este primer análisis.
28. **Q**: Conjunto de todas las antropologías real-empíricas, del cual en el *Cuadro I del Anexo I* destacamos las más atinentes al tema bajo consideración.

¹⁷ “El sistema de relaciones ligando entre sí formación de haces “ H_{it} ” y despliegue de acción total por parte de las personas, interacción de esos despliegues en el medio y , como consecuencia de ese despliegue y de la dinámica autónoma del medio no humano, producción de «nueva realidad» (nuevos haces “ H_{it} ”, etc.) constituye el núcleo racional de la dinámica global de la sociedad como proceso general permanente de producción de realidad histórica.” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 97).

¹⁸ “Lo que define un «mundo ideal» es «lo que (en ese “mundo ideal”) es susceptible de acontecer y lo que hace posible ese acontecer». Lo que es característico del «mundo ideal» definido por una antropología “ A^k_α ” es no sólo la ocurrencia (segura o posible) en éste de ciertos procesos, fenómenos, etc., sino también, y en no menor medida, los modos en los que esas ocurrencias son posibles y los porqué de esos modos. No es el mero contenido del conjunto “ $\Phi(A^k_\alpha)$ ” –o del conjunto “ $\Phi(A^k_{\alpha s})$ ”, etc.- lo que hace específico y singular el «mundo ideal» definido por “ A^k_α ”: es también y especialmente el cómo son posibles los contenidos del conjunto “ $\Phi(A^k_\alpha)$ ” y el porqué, esto es la racionalidad (o lógica) interna de la antropología “ A^k_α ” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 140).

29. K : Sistema categorial antropológico relativo a Q .¹⁹
30. κ : Calibre de representación de antropologías de Q mediante el sistema K ,
 $\kappa: \kappa', \kappa'', \kappa''', \text{ etc.}$ ²⁰
31. ρ_{κ} : Operador del sistema “ K ” que permite definir calibres de κ .
32. K_{κ} : Sistema K calibrado con el calibre κ .²¹
33. A^{κ} : Malla de antropologías relativas a “ K_{κ} ”.
34. $\rho^1_{K\kappa}$: Operador del sistema “ K_{κ} ” que permite definir la malla “ A^{κ} ”.
35. A^{κ}_{α} : Antropología perteneciente a “ A^{κ} , $\alpha: \alpha', \alpha'', \alpha''', \text{ etc.}$ ”; en nuestro caso, destacando lo incorporado en la última columna del *Cuadro I* del *Anexo I*, fundamentalmente por la relevancia de la “reflexividad”²² emergente del “entorno racionante”²³.
36. $\rho^2_{K\kappa}$: Operador del sistema “ K_{κ} ” que asocia a cada subconjunto de Q una antropología “ A^{κ}_{α} ” de “ A^{κ} ”.

¹⁹ “Sea “ K ” un sistema categorial antropológico en términos del cual es posible percibir y describir completamente a cualquier antropología real-empírica “ q ” de “ Q ”, y, por lo tanto, comparar entre sí dos antropologías “ q_1 ” y “ q_2 ” de “ Q ” cualesquiera y con cualesquiera otras de “ Q ”. El sistema “ K ” permite representar a todas y cada una de las antropologías del conjunto “ Q ” sin deformarlas; esto es, no sólo «traduce» los enunciados de cada antropología “ q ” de “ Q ” a un «lenguaje común», sino que traslada –en términos de ese «lenguaje» –el universo de sentido orgánico –concepción de persona, acción, etc.- propio de cada una de esas antropologías real-empíricas de “ Q ” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 123).

²⁰ “Para describir y comparar entre sí antropologías real-empíricas, incluyendo a las «completamente distintas entre sí», es necesario un sistema “ K ”. Pero, dado éste, juzgar qué se entienda por «muy próximas», etc., requiere una especificación ulterior y a eso corresponde el concepto de calibre” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 124).

²¹ “Notaremos mediante “ K_{κ} ” al sistema “ K ” calibrado con el calibre “ κ ”. Para cada sistema “ K_{κ} ” existe un conjunto formado por todas las antropologías susceptibles de ser representadas mediante el sistema categorial “ K ” calibrado con el calibre “ κ ”; denominaremos a ese conjunto malla antropológica relativa a “ K_{κ} ” y lo notaremos mediante “ A^{κ} ” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 124).

²² “Consiste en el reconocimiento de una conexión bidireccional entre la constitución de los planes y la evaluación en términos de logros de su despliegue en la realidad. En cada momento del tiempo el agente va ejecutando acciones (...) y obteniendo un «saldo» en términos de logros de su acción”. (Encinar y Muñoz, 2005).

²³ “Racionamiento de la acción individual «impuesto» por la dinámica social” (Encinar y Muñoz, 2005).

37. $\Phi(A^k_\alpha)$: Conjunto de procesos y fenómenos susceptibles de ocurrir en el “mundo ideal” definido por “ A^k_α ”, destacando, en el modelo teórico-económico resultante de nuestra investigación, aquellos vinculados a iniciativas de RSE y la potencial reacción o “reflexividad” del entorno racionante en cada tipo de sociedad a evaluar.
38. $A^k_{\alpha s}$: Parte “s” de la antropología “ A^k_α , s: s', s'', s'''”, etc.”, que en nuestro caso destaca los aspectos incorporados en las filas del *Cuadro I* del *Anexo I*, como muy relevantes para la ocurrencia de las iniciativas de RSE y de la consecuente “reflexividad”.
39. $P(A^k_{\alpha s})$: Conjunto de todas las partes de la antropología “ A^k_α ”, incluyendo a aquellas que no serán objeto de trato particular durante nuestro análisis.²⁴
40. $\Phi(A^k_{\alpha s})$: Conjunto de procesos y fenómenos susceptibles de ocurrir en el “mundo ideal” definido por “ $A^k_{\alpha s}$ ”, con particular atención a aquellos aspectos destacados en las filas del *Cuadro I* del *Anexo I*, y vinculados a iniciativas de RSE.
41. $\mu(A^k_{\alpha s})$: Sistema de enunciados caracterizantes del “mundo ideal” definido por “ $A^k_{\alpha s}$ ”, describiendo el entorno en el cual se desarrolla la dinámica social generada por las diversas y alternativas iniciativas de RSE.
42. $\lambda\mu(A^k_{\alpha s})$: Sistema de enunciados caracterizantes del sistema legal de “ $\mu(A^k_{\alpha s})$ ”,²⁵ estableciendo las “leyes” que surjan del propio “mapeo” de la dinámica

²⁴ “Obsérvese que las partes elementos del conjunto “ $P(A^k_{\alpha s})$ ” no existen todas necesariamente en un sentido real –el de su producción fáctica por alguien– por el mero hecho de estar formulada la antropología “ A^k_α ”.

²⁵ “Para obtener enunciados del sistema “ $\lambda\mu(A^k_{\alpha s})$ ” se requiere, además de disponer de “ $\mu(A^k_{\alpha s})$ ”, la efectiva producción de actos de erección de objetos teóricos (real-empíricos e ideales) en relación con los

social prevista para el “mundo ideal” a diseñarse, leyes que servirán de referencia para la oportuna explicación o “predicción” de ocurrencias debidas a iniciativas de RSE y su potencial repercusión en el “desarrollo incluyente”.²⁶

43. $M^k_{\alpha s}$: Modelo teórico de la acción humana relativo a “ $A^k_{\alpha s}$ ”, caracterizado fundamentalmente por la presencia de la dinámica ética, un escenario de economía de mercado, la vigencia del “principio económico”,²⁷ la importancia del “ciclo o proyecto de vida”, la existencia de medios y fines monetizables y no monetizables, la “inviabilidad” de algunos planes de acción por sus medios o por sus fines y la dependencia del “saldo social” generado por la “reflexividad” emergente del entorno racionante.
44. TA^k_{α} : Espacio teórico de la antropología “ A^k_{α} ”: “conjunto formado por todos y cada uno de los modelos teóricos de la acción humana “ $M^k_{\alpha s}$, $s: s', s''$ ”,

cuales se establecen los enunciados legales de “ $\lambda\mu(A^k_{\alpha s})$ ”. Esto es, se requiere «formular preguntas específicas» en relación con el «mundo ideal» caracterizado mediante el sistema de enunciados de “ $\mu(A^k_{\alpha s})$ ” (...) Lo que, como consecuencia de actos de erección de objetos teóricos se obtiene con la deducción de enunciados del sistema legal “ $\lambda\mu(A^k_{\alpha s})$ ” del «mundo ideal» “ $\mu(A^k_{\alpha s})$ ” es la puesta de manifiesto de propiedades de ese «mundo»” (Rubio de Urquía, R., 2005, p.127-128).

²⁶ “Desarrollo incluyente”, cuya principal característica no es otra que la participación de los diversos agentes, involucrándose con sus respectivos “planes de acción proyectivos” en la dinámica social que emana del entramado de una Sociedad caracterizada por la presencia de una envolvente ética, de una empresariedad responsable (RSE) y de una reflexividad sistémicamente ejercida por sus componentes, intrínsecamente generadora de la emergencia de un número suficientemente elevado de “novedades” que, gradualmente, fundamentan la concreción de una autoorganización estructural endógena de amplia dispersión. Consecuentemente y a modo de breve especificación, cabe señalar que nuestro “desarrollo incluyente” se diferencia del “desarrollo” y su profundización por parte de Encinar y Muñoz, no en su generación y explicación morfológica, sino más bien respecto a su alcance. En otros términos, mientras que ambos son pasibles de ser provocados endógenamente, el concepto de “desarrollo incluyente” implica intentar una mayor expansión, y un fortalecimiento de una “convivencia sostenible”²⁶, a través de una participación generalizada en el diseño, la implementación y la imprescindible evaluación concomitante.

²⁷ Principio económico, cuyo enunciado establece que de un conjunto de haces de planes personales de acción instantáneos alternativos, jerárquicamente ordenados, la persona –empresario, trabajador, consumidor, etc.- adoptará el haz de mayor rango jerárquico “percibido” en cada instante como posible. Como individuos, nos enfrentaremos a dos tipos de medios y fines: los de carácter económico o sujetos al principio económico y, adicionalmente, múltiples factores ajenos a tal racionalización. (Rubio de Urquía, 2004).

s'', etc.", relativos, cada uno de ellos, a una parte "A^κ_{αs}" de "A^κ_α", para todas las partes elementos del conjunto "P(A^κ_{αs})".²⁸

45. $T A^{\kappa}$: Conjunto de espacios teóricos relativos a la malla "A^κ".
46. $T^l A^{\kappa}_{\alpha}$: Teoría especial de la acción humana relativa a la antropología "A^κ_α, l: l', l'', l''', etc."
47. $\Phi(T^l A^{\kappa}_{\alpha})$: Conjunto de procesos y fenómenos susceptibles de ocurrir en el "mundo ideal" expresado en "T^lA^κ_α".
48. $A^{\kappa t}$: Conjunto de antropologías de "A^κ" realmente existentes en el instante "t". Si asumimos por "t" el presente, al menos podemos identificar las incorporadas en el *Cuadro I* del *Anexo I*.
49. $P(A^{\kappa}_{\alpha s})^t$: Conjunto de partes de la antropología "A^κ" realmente existentes en el instante "t", con vigencia del comentario anterior, ahora relativizado a los aspectos específicamente destacados en las filas del *Cuadro I* del *Anexo I*.
50. $T^t A^{\kappa}_{\alpha}$: Espacio teórico de la antropología "A^κ_α" realmente existente en el instante "t".
51. $T^t A^{\kappa}$: Conjunto de espacios teóricos relativos a la malla "A^κ" realmente existentes en el instante "t".
52. $T^{lt} A^{\kappa}_{\alpha}$: Conjunto de teorías especiales de la acción humana relativa a la antropología "A^κ_α" realmente existentes en el instante "t".
53. $F_{\kappa\kappa}$: Forma teórica general abierta de la acción humana relativa a la antropología "A^κ_α" relativa a un sistema "Kκ".²⁹

²⁸ Rubio de Urquía, R., 2005, p. 128.

²⁹ "Explicar "φ" mediante una construcción teórica propia de la forma "F_{κκ}" consiste en: a) establecer racionalmente que "φ" es una ocurrencia propia del «mundo ideal» definido por "M^κ_{αs}" o "T^lA^κ_α", esto es, en última instancia, una ocurrencia propia del «mundo ideal» definido por la antropología "A^κ_α", y

54. Q^t : Conjunto de todas las antropologías real-empíricas existentes en el instante “t”.
55. F^t_{KK} : Forma teórica general abierta de la acción humana relativa a un sistema “Kk” con respecto del conjunto “Q^b”.
56. H^i_t : Conjunto jerarquizado de todos los haces de planes de acción personales instantáneos de la persona “i” en el instante “t” alternativos $\{H_{it}^{\prime}, H_{it}^{\prime\prime}, H_{it}^{\prime\prime\prime}, \dots\}$ contenidos en E_{it} . Se incluyen aquellos con o sin iniciativas de RSE para el caso de los empresarios, así como con y sin “reflexividad” por parte de los consumidores y de los trabajadores, todos ellos posibles o inviables, en términos de sus respectivos medios y fines. A modo de ejemplo, para los empresarios, podrán incluirse aquí haces inconsistentes por el equilibrio económico de la empresa, mientras que con respecto al consumidor, se incluirán haces que sean eventualmente inalcanzables, dada su efectiva capacidad adquisitiva.
57. \hat{H}^i_t : Subconjunto de “ H^i_t ” conteniendo a todos los haces percibidos como posibles por la persona “i” en el instante “t”, sin perjuicio de que la posterior dinámica social nos demuestre su inconsistencia.
58. $\neg\delta^i_t$: Dinámica de formación de ensamblajes “ E_{it} ”, tanto para “ H^i_t ” como para “ \hat{H}^i_t ” y de adopción de haces “ H_{it} ” de la persona “i”, incorporando el “principio económico”.³⁰

que, por lo tanto, también se aplica a “ φ ” la racionalidad de esa antropología; y b) exponer la racionalidad interna de la antropología “ A^k_α ” en relación, especialmente, con “ φ ” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 141).

³⁰ Sean “ E_{it} ” el ensamblaje personal instantáneo de creencias, valores, etc., de la persona “i” en el instante “t”, “ H^i_t ” el conjunto jerarquizado de todos los haces de planes de acción personales instantáneos de la persona “i” en el instante “t” alternativos contenidos en “ E_{it} ” y “ \hat{H}^i_t ” el subconjunto de “ H^i_t ” conteniendo a todos los haces “ H_{it}^{\prime} ”, “ $H_{it}^{\prime\prime}$ ”, etc. percibidos como posibles por la persona “i” en “t”. El “principio” afirma: la persona “i” en “t” adoptará e intentará desenvolver el haz “ H_{it} ” elemento de “ \hat{H}^i_t ” con mayor rango jerárquico. Obviamente, como se ve, el “principio” no es un «principio de comportamiento optimizador» (...) Lo que, en esencia, expresa el «principio económico» es un cierto

59. $\neg\pi$: Caracterización de “persona” en general, de acuerdo a los ensamblajes personales dominantes en cada tipo de sociedad identificada y aplicando el “principio económico”.
60. $\neg\pi_i$: Caracterización de la persona “i”, de acuerdo con los dos tipos de empresarios y los dos tipos de consumidores, en consecuencia con sus respectivos ensamblajes personales e incorporando el “principio económico”.
61. $\neg\delta^e_i$: Dinámica ética de la persona “i” incorporando el “principio económico”, de acuerdo a los objetivos dominantes de cada uno de los cuatro tipos de agentes considerados en esta primera aproximación.
62. $\neg\delta^c_i$: Dinámica cognitiva de la persona “i” incorporando el “principio económico”, que en nuestra primera modelización consideraremos común a todos los agentes.
63. S : Caracterización de “mundos ideales” a partir de la antropología que hemos seleccionado como ámbito de investigación: la meta-austríaca o “*leap with continuity*”, de acuerdo con Rodríguez García-Brazales (2002) e incorporando el “principio económico”.
64. L : Caracterización de sistemas legales de S , en forma similar a lo actuado con respecto a “ Σ ”, ahora incorporado el “principio económico” y con especial énfasis en las consecuencias esperables de comportamientos emergentes de iniciativas de RSE. Al respecto y para el caso del empresario, será relevante la evaluación de dichas acciones en carácter de activos intangibles a valorar por sus oportunos efecto sobre las distintas “perspectivas” destacadas por Kaplan & Norton en su obra “Mapas estratégicos” (2004) y que analizáramos en detalle

complejo de enunciados acerca de la dinámica ética “ δ^e_i ” y cognitiva “ δ^c_i ” de la persona” (Rubio de Urquía, R., 2005, pp. 146-147).

durante la ejecución de nuestra previa investigación sobre RSE en el espacio iberoamericano.³¹

65. $\neg M^k_{\alpha s}$: Modelo teórico-económico relativo a “ $A^k_{\alpha s}$ ”, cuyo diseño y fundamentación constituyen el objetivo de esta investigación (ver Cuadro II en Anexos): la identificación, de acuerdo con los instrumentos de la Teoría Económica Moderna, de las iniciativas de RSE que, cualificando la irrenunciable presencia de la función empresarial, mejor contribuyan a la concreción de un desarrollo incluyente. Se tratará de una clase específica de construcción vinculada a las mencionadas iniciativas, a partir de la forma teórico-económica abierta, susceptible de enriquecimiento posterior.³²
66. $\neg \mu(A^k_{\alpha s})$: Sistema de enunciados caracterizantes del “mundo ideal” definido por “ $A^k_{\alpha s}$ ”, ahora en el modelo teórico-económico antes comentado.
67. $\neg \lambda \mu(A^k_{\alpha s})$: Sistema de enunciados caracterizantes del sistema legal del “ $\neg \mu(A^k_{\alpha s})$ ”, de acuerdo con “preguntas específicas formuladas como consecuencia de la erección de objetos teóricos; contiene las «leyes (teórico-) económicas» de ese «mundo ideal»”.³³

³¹ Pées Boz, E.S. (2006): Responsabilidad Social Empresarial – Análisis económico en el espacio iberoamericano”, mimeo, Universidad de Sevilla.

³² “El objeto propio de los modelos teórico-económicos “ $M^k_{\alpha s}$ ” y de las teorías económicas especiales “ $\neg T^1 A^k_{\alpha}$ ” –y, en general, de la investigación teórico-económica-, es la explicación de objetos teórico-económicos, esto es, el conocimiento racional de esos objetos. Asunto distinto es la índole de los motivos por los que ese conocimiento racional es erigido en objeto de actividad dando así lugar a la existencia de una praxis teórico-económica. Entre esos motivos está, desde luego, «el deseo de entender el mundo» en sí mismo; pero también está el deseo de «saber a qué atenerse» en la perspectiva práctica de la acción personal, grupal, etc.” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 158).

³³ “Las «leyes (teórico-) económicas» no son ni «regularidades empíricas», ni «tendencias (más o menos) estables», etc. Son sistemas de enunciados: a) lógicamente implicados por sistemas de enunciados definitorios de una antropología (parte de una antropología, sistema de partes de una antropología, etc.) y b) que muestran ciertas propiedades de la racionalidad interna del «mundo ideal» definido por esa antropología (o parte de antropología, etc.) en relación con preguntas relativas a objetos teóricos idénticos a elementos de los conjuntos “ $\Phi(A^k_{\alpha})$ ”, “ $\Phi(\neg T^1 A^k_{\alpha})$ ”, “ $\Phi(\neg M^k_{\alpha s})$ ”, etc. Las «leyes (teórico-)”

68. $\overline{TA}^{\kappa}_{\alpha}$: Espacio teórico-económico de la antropología “ A^{κ}_{α} ”.
69. \overline{TA}^{κ} : Conjunto de espacios teórico-económicos relativos a la malla “ A^{κ} ”.
70. $\overline{T^l A^{\kappa}}_{\alpha}$: Teoría económica especial relativa a la antropología “ A^{κ}_{α} , l: l', l'', l''', etc.”.³⁴
71. $\Phi(\overline{T^l A^{\kappa}}_{\alpha})$: Conjunto de procesos y fenómenos susceptibles de ocurrir en el “mundo ideal” expresado en “ $\overline{T^l A^{\kappa}}_{\alpha}$ ”.³⁵
72. $\overline{T^t A^{\kappa}}_{\alpha}$: Espacio teórico-económico de la antropología “ A^{κ}_{α} ” realmente existentes en el instante “t”.
73. $\overline{T^t A^{\kappa}}$: Conjunto de espacios teórico-económicos relativos a la malla “ A^{κ} ” realmente existentes en el instante “t”.
74. $\overline{T^t A^{\kappa}}_{\alpha}$: Conjunto de teorías económicas especiales de la acción humana relativa a la antropología “ A^{κ}_{α} ” realmente existentes en el instante “t”.
75. $\overline{F}_{\kappa\kappa}$: “Forma General” de toda construcción teórico-económica relativa a un sistema “ $\kappa\kappa$ ”.

económicas» son, en última instancia, implicaciones lógicas de antropologías puestas por el teórico” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 153).

³⁴ “La continua apertura al conocimiento de la realidad en los niveles más fundamentales, que son los que expresan los enunciados atómicos de las antropologías “ A^{κ}_{α} ”, es imprescindible para el mantenimiento de la pretensión de legitimidad de la explicación racional de la realidad de la acción humana mediante modelos teórico-económicos “ $\overline{M}^{\kappa}_{\alpha s}$ ” y teorías económicas especiales “ $\overline{T^l A^{\kappa}}_{\alpha}$ ” (...) Aunque no se crea deber acudir a lo «real-empírico» «para contrastar» la teoría, sí es necesario acudir a algo real-empírico, a algo realmente existente, para formar e ir perfeccionando los sistemas de enunciados a priori (los actos de «introspección» también son actos de interrogación a la realidad)” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 155).

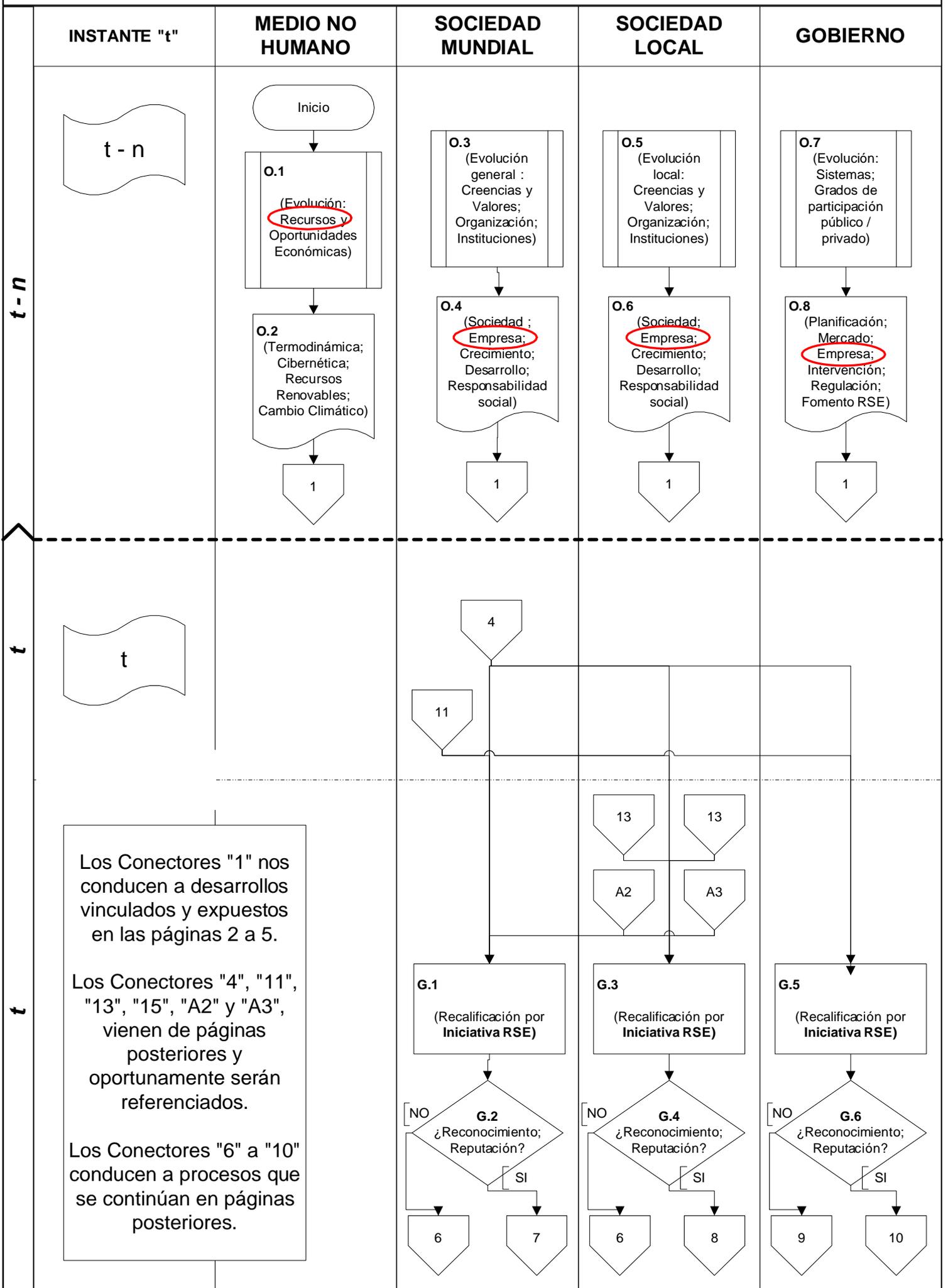
³⁵ “Dos clases: a) «estados de variables» y «relaciones entre estados de variables», relativas a personas, grupos, sociedades, etc. y b) patrones estructurales de la dinámica global de la sociedad y de la existencia personal en el seno de ésta” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 156). Un ejemplo de esta última clase, lo constituye la “percepción sistémica de una misma realidad empírica objetiva”, como podrían ser las diversas interpretaciones que se obtienen sobre el libre juego del mercado, como condición necesaria y suficiente respecto al crecimiento económico.

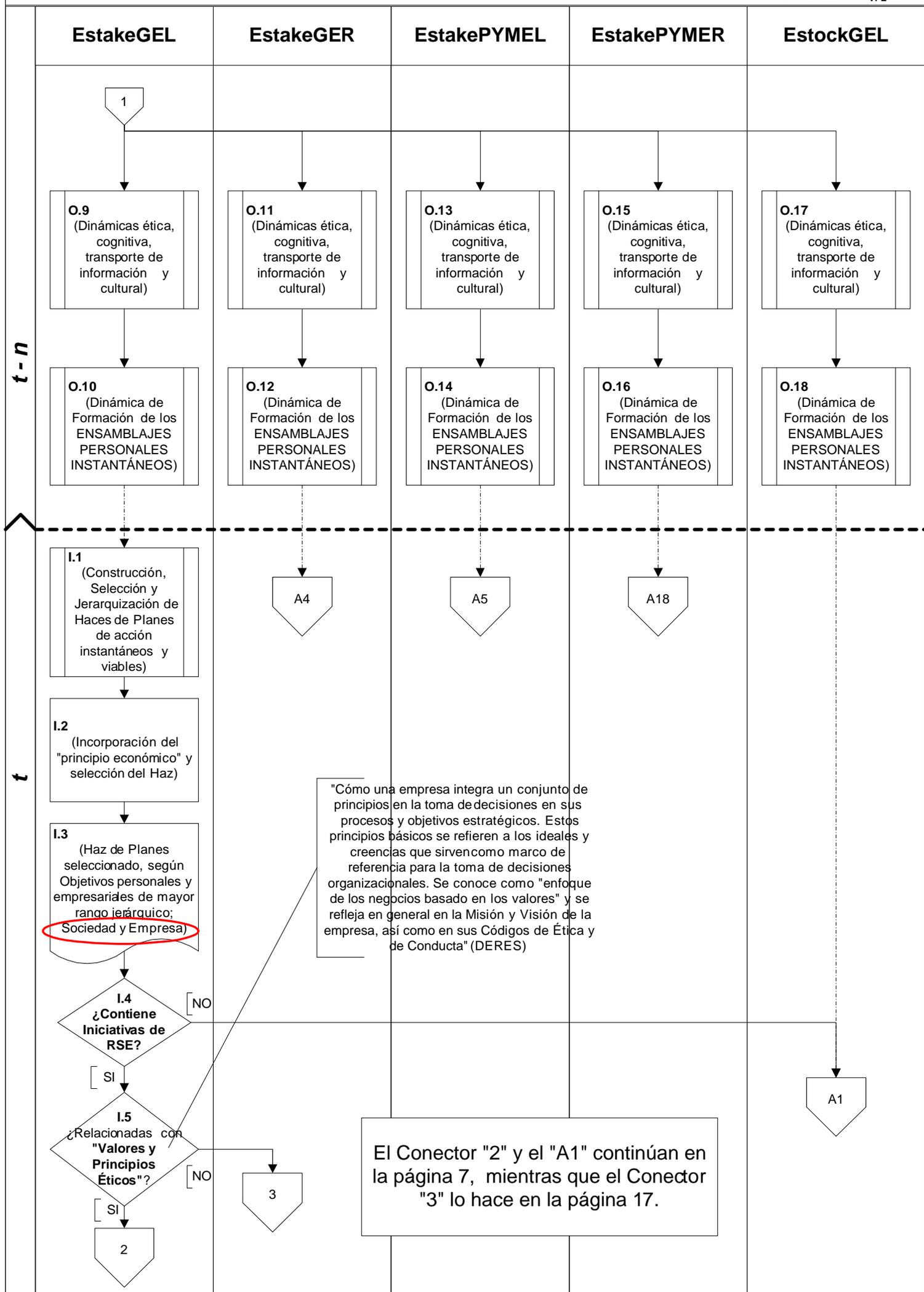
76. $\Phi(\neg M^{\kappa}_{\alpha s})$: Conjunto de procesos y fenómenos susceptibles de ocurrir en el “mundo ideal” expresado en “ $\neg M^{\kappa}_{\alpha s}$ ”.
77. $\neg F^t_{\kappa\kappa}$: “Forma general” de toda construcción teórico-económica relativa a un sistema “ $\kappa\kappa$ ” con respecto del conjunto “ Q^t ”.
78. PA_{it} : Proceso Asignativo personal instantáneo relativo a la persona “i” en el instante “t”,³⁶ incluyendo cómo y por qué el empresario asume iniciativas de RSE, y cómo y por qué el consumidor reacciona o permanece indiferente frente a las mismas.

³⁶ “Un proceso asignativo personal instantáneo relativo a la persona “i” en el instante “t”, notado “ PA_{it} ”, se define como: el proceso de la acción personal mediante el cual, dados el conjunto “ H^i_t ” (conjunto jerarquizado de todos los haces de planes de acción personales instantáneos de la persona “i” en el instante “t” alternativos) y el conjunto “ \hat{H}^i_t ” (subconjunto de “ H^i_t ” formado por todos los haces alternativos percibidos como posibles por la persona “i” en el instante “t”), la persona “i” adopta en el instante “t” un haz “ H_{it} ” de entre los haces del conjunto “ \hat{H}^i_t ” (Rubio de Urquía, R., 2005, p. 170).

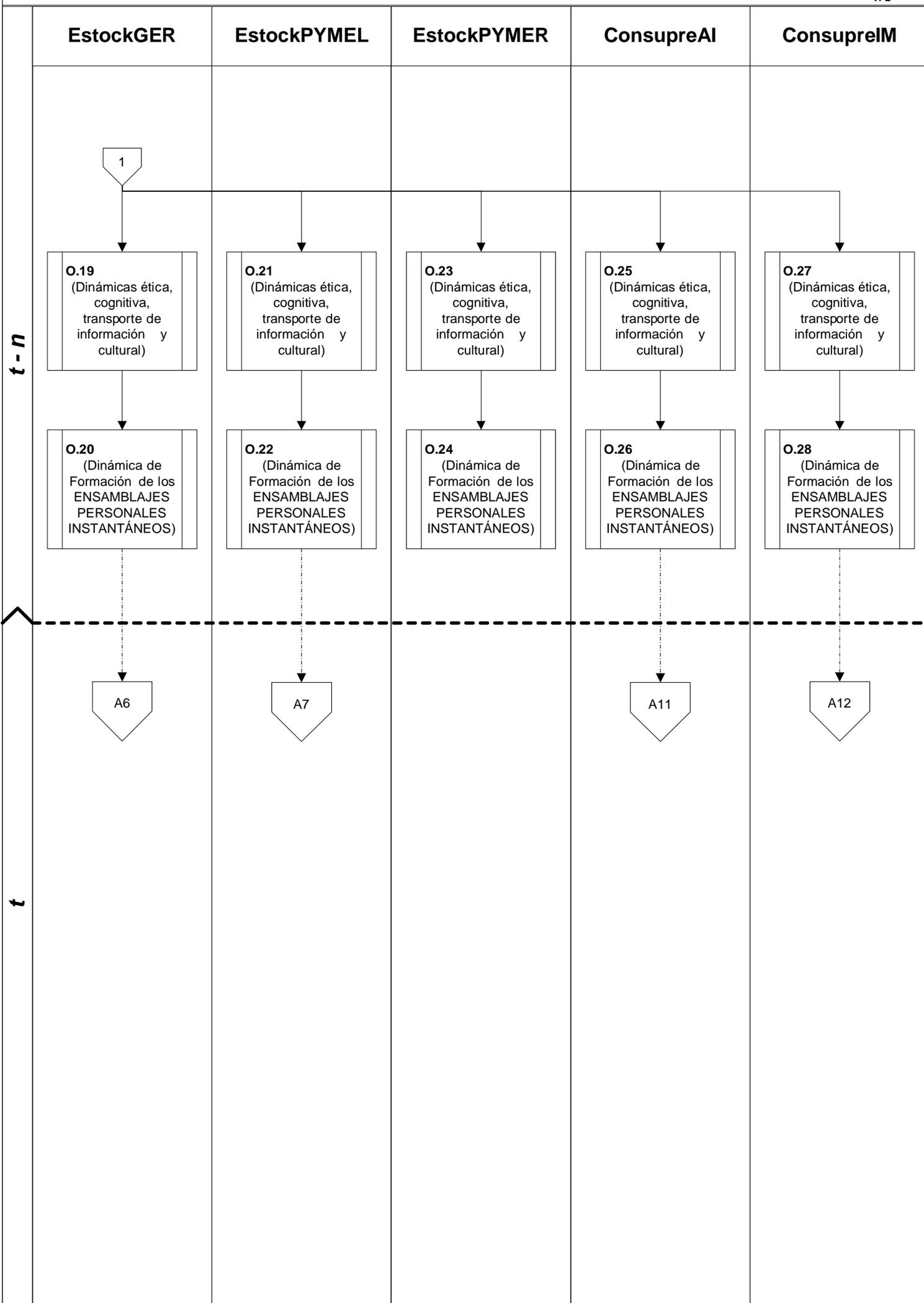
Anexo V
Análisis de Procesos
Fluxograma de Dinámicas Sociales

DESARROLLO INCLUYENTE: EMPRESARIALIDAD RESPONSABLE Y REFLEXIVIDAD SOCIAL - Origen (O) y General (G)

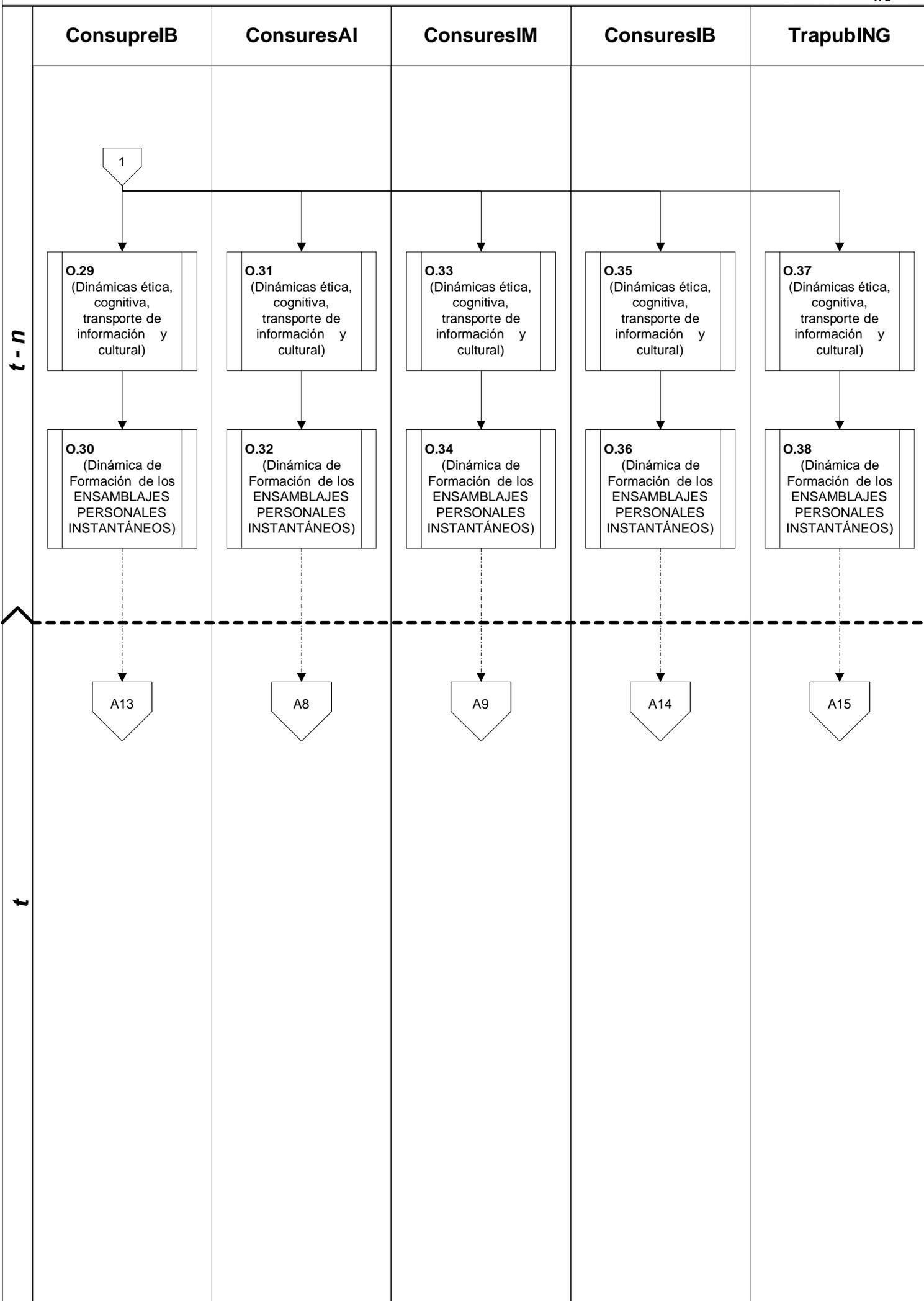


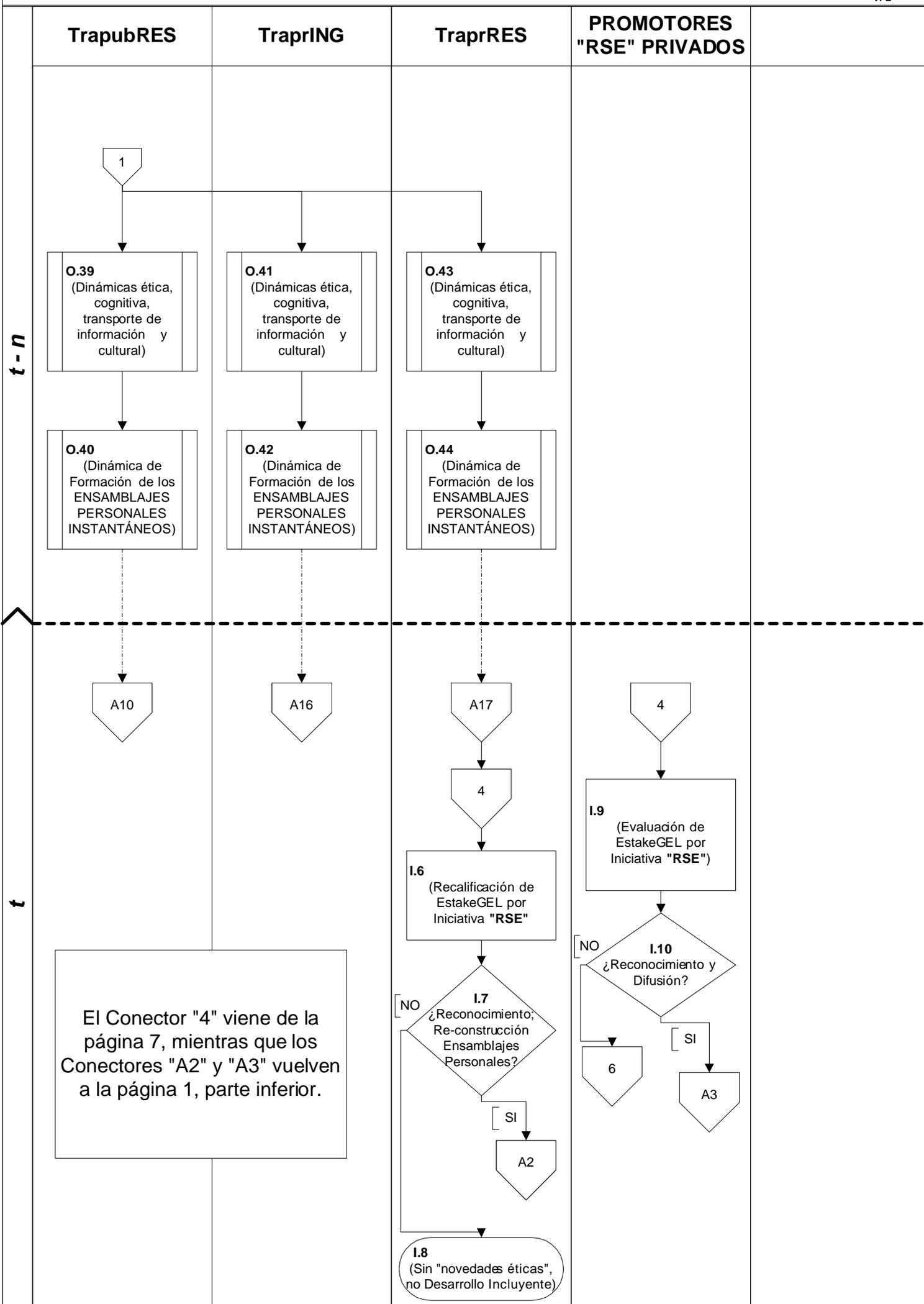


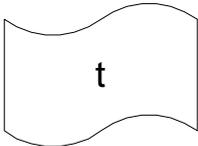
DESARROLLO INCLUYENTE: EMPRESARIALIDAD RESPONSABLE Y REFLEXIVIDAD SOCIAL - Origen (O) y RSE_{VPE} (I)



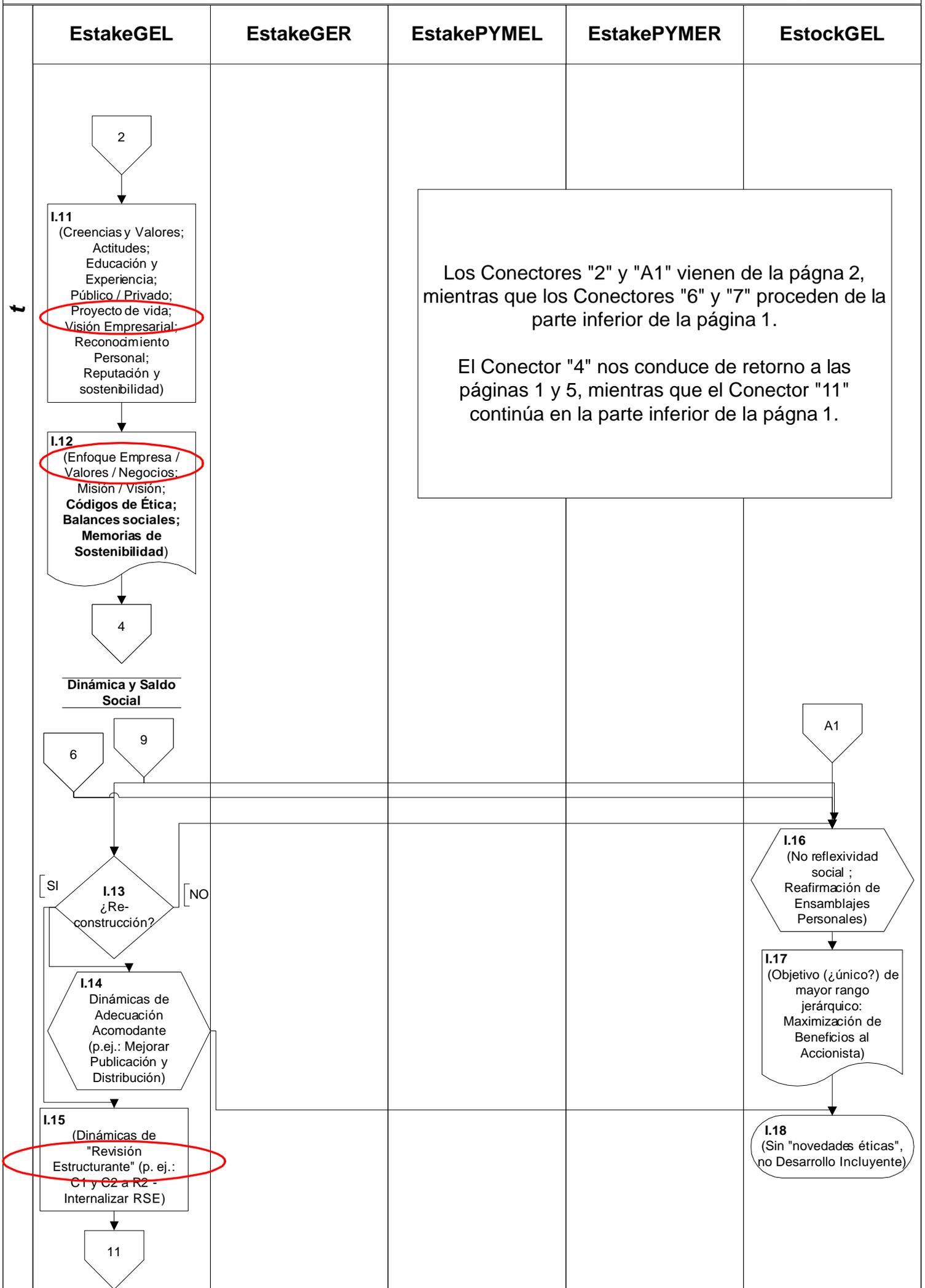
DESARROLLO INCLUYENTE: EMPRESARIALIDAD RESPONSABLE Y REFLEXIVIDAD SOCIAL - Origen (O) y RSE_{VPE} (I)





INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
				
<p>Esta primera versión del <i>Modelo Teórico</i> adopta el criterio <i>ceteris paribus</i> para el análisis de la dinámica social, asumiendo no simultaneidad de origen de iniciativas de <i>RSE</i>. En otros términos, el "impulso" inicial se origina en un agente específico y, consecuentemente, se analiza la potencial "reflexividad" generada desde los demás actores.</p> <p>No obstante, cabe destacar que, en reconocimiento a la eventual "simultaneidad" e incentivos que el mundo real-empírico refleja, oportunamente (ver Apartado 7) se realiza un Estudio de Casos, basado en la propuesta del agente "Gobierno" del Reino de España, dando recientemente a conocer el <i>Libro Blanco de la RSE</i>, en tanto se desarrollan iniciativas voluntarias por parte del entramado empresarial.</p>				

t



EstockGER	EstockPYMEL	EstockPYMER	ConsumpreAI	ConsumpreIM
<p>La ratificación de los Ensamblajes Personales por parte del Empresario EstockGEL, implica suponer no "contagio" re-constructivo hacia el resto del entramado empresarial del "Modo Stockholder".</p>				
<p>En el instante "t", no existen fuerzas o vectores de "impulsos" que impacten en los consumidores identificados como "Precio-Beneficio".</p>				

t

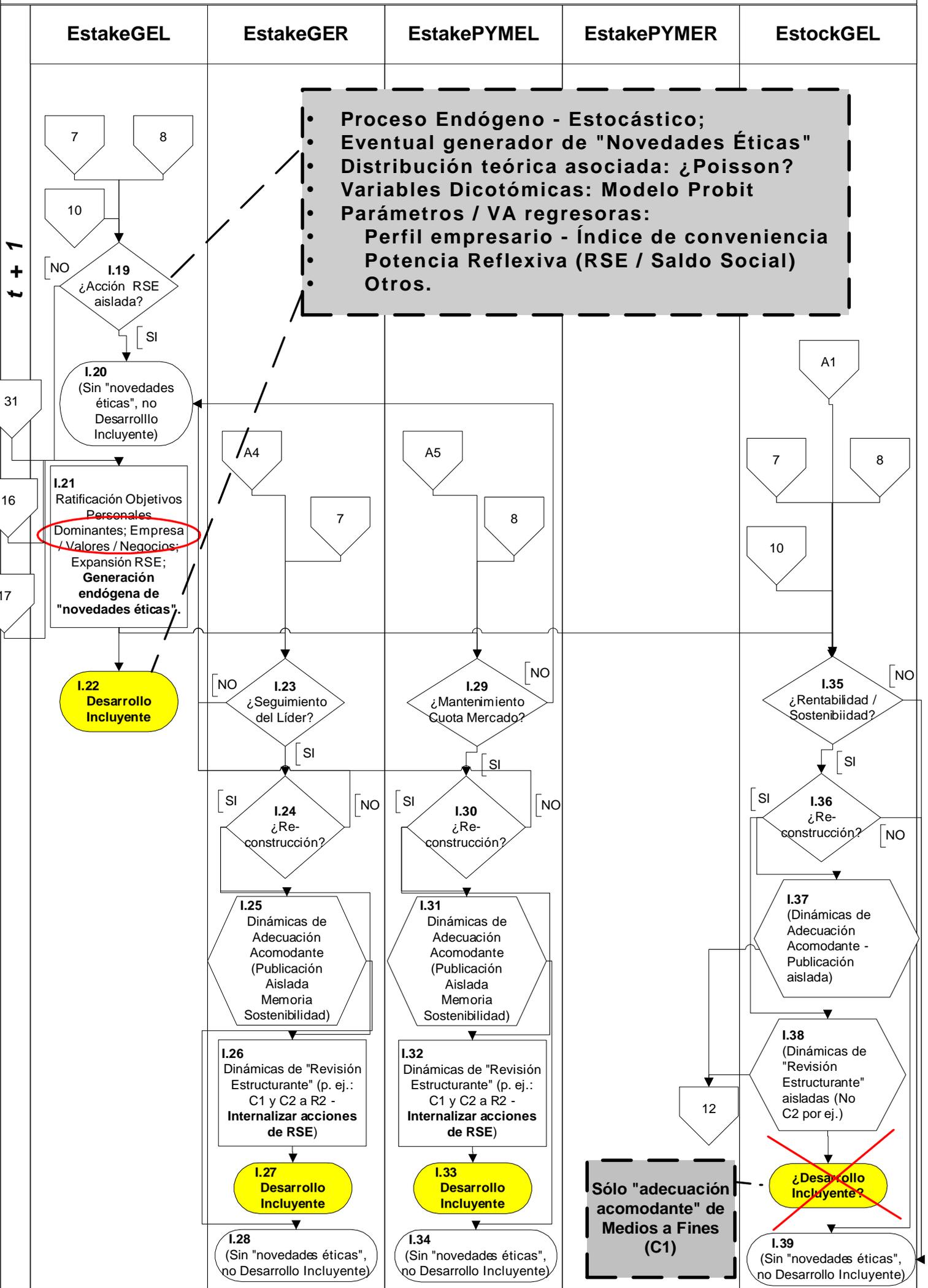
ConsumpreIB	ConsuresAI	ConsuresIM	ConsuresIB	TrapubING
t	<p>La no consolidación, aún en este instante "t", de emergencias de "novedades éticas" por reconstrucciones sostenidas de tipo "C2" en agentes del sector empresarial, fundamenta la inexistencia de "impulsos" que impacten en el tipo de "Consumidor Responsable" y, eventualmente, generen "saldos sociales" que incentiven la ocurrencia de <i>desarrollo incluyente</i>.</p> <p>Esta primera versión del Modelo Teórico no incluye la probable acción de los antes mencionados "Consumidores Responsables", reclamando iniciativas de RSE por parte de las empresas. De todas formas, corresponde recordar lo expuesto en el Apartado 3.3 sobre "El consumidor español y la RSE: solamente el 23% conoce el concepto de RSE, y declara haber penalizado a alguna compañía por realizar prácticas poco éticas o irresponsables".</p>			

TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	
<p>t</p>	<p>Circunstancias similares a las enunciadas en la página anterior respecto a los "Consumidores Responsables", se verifican en este instante "t" con relación a los "Trabajadores Responsables" y, más aún, a los "Trabajadores Ingreso". Estos últimos, seguramente vinculados a los que Forética identificara como "Conformistas" (57% del mercado consumidor de España), quienes tienden a "considerar que la RSE es un asunto de las empresas" y, por tanto, no podemos esperar iniciativas de su parte.</p> <p>No obstante lo expuesto, el caso de una probable reacción favorable por parte de los trabajadores identificados como "Trabajador Privado Responsable" (TraprRES), ya fue tomada en consideración en la página 5, de acuerdo con los nodos I.6 a I.8.</p>			
				<p>La eventual reacción de los Promotores Privados de RSE ya ha sido comentada en la página 5.</p>

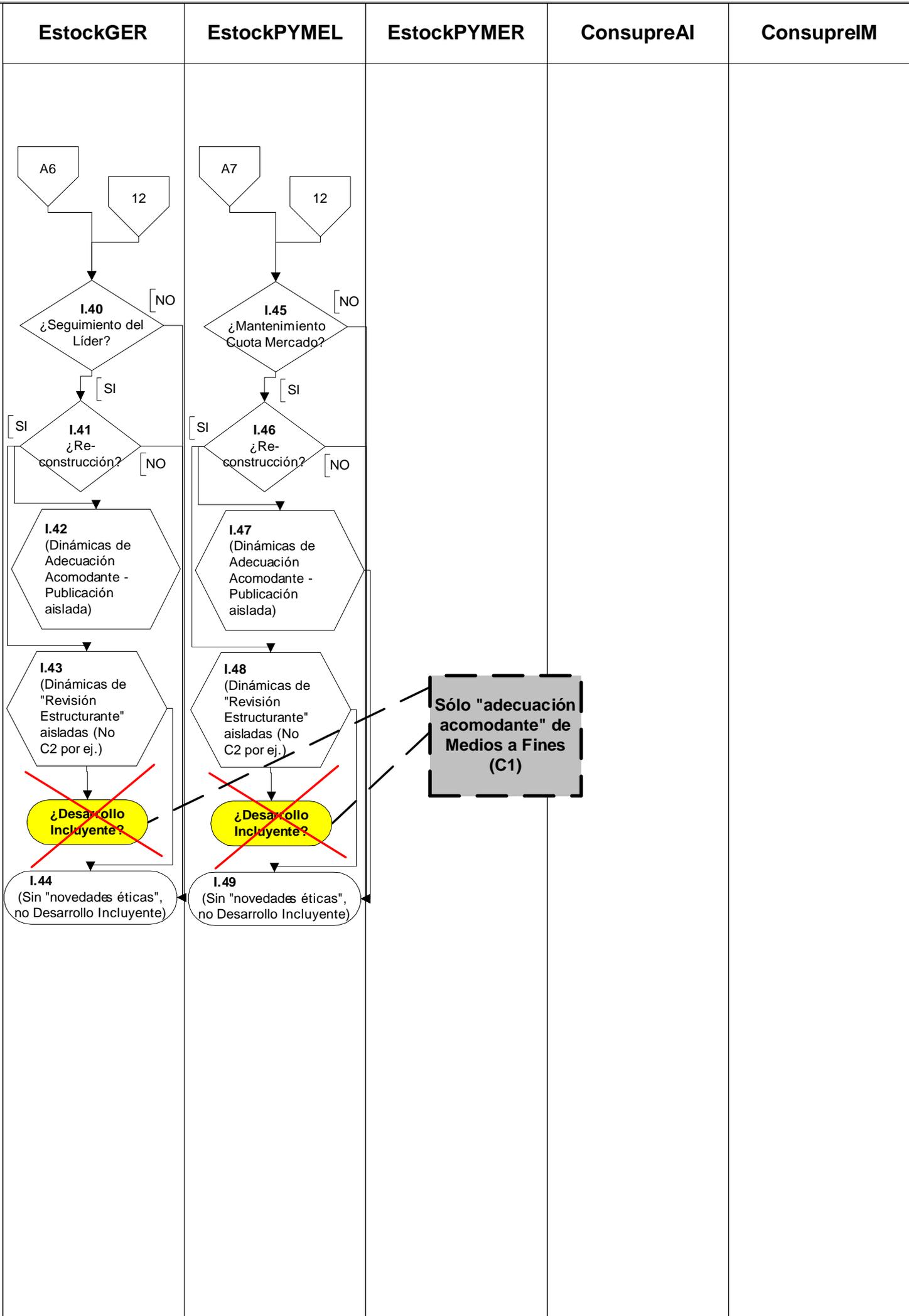
INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
<div data-bbox="140 327 338 474" style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;">t + 1</div>				

Las interrelaciones de los "agentes-persona" integrados al "Modo Stakeholder" y al "Modo Stockholder" con respecto a este "Modo Complejo", se referencian en la parte inferior - sector General (G)-, de la página 1, se produzcan en el instante "t" o en el instante "t+1".

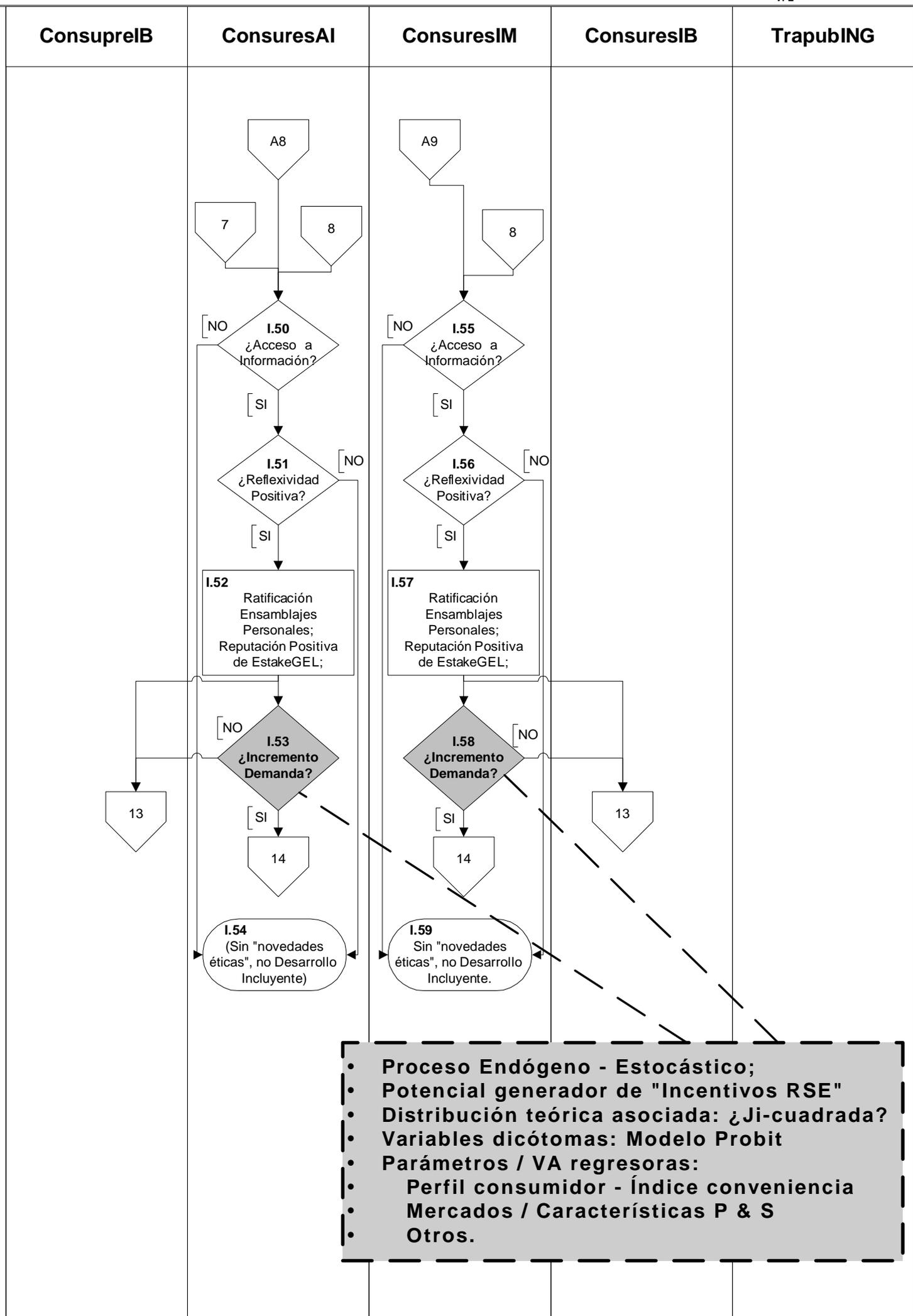
t + 1

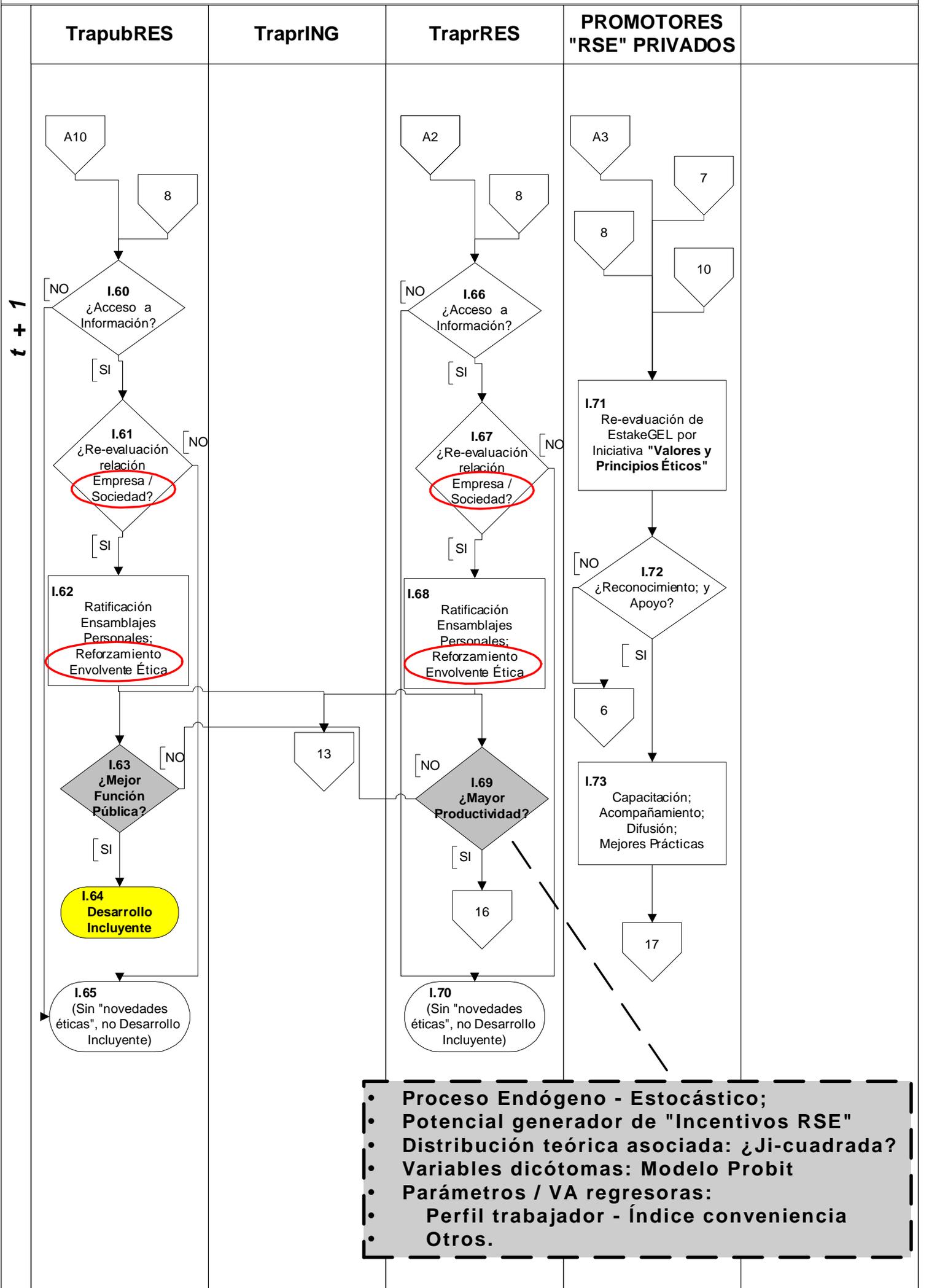


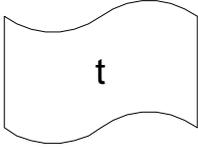
t + 1



t + 1





INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
	<p>Este segundo sector de la evaluación realizada, incluye quince páginas dedicadas al desarrollo de la dinámica social generada por una tipología de iniciativas de RSE identificadas como "Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo".</p>			
<p>Esta primera versión del <i>Modelo Teórico</i> adopta el criterio <i>ceteris paribus</i> para el análisis de la dinámica social, asumiendo no simultaneidad de origen de iniciativas de RSE. En otros términos, el "impulso" inicial se origina en un agente específico y, consecuentemente, se analiza la potencial "reflexividad" generada desde los demás actores.</p> <p>No obstante, cabe destacar que, en reconocimiento a la eventual "simultaneidad" e incentivos que el mundo real-empírico refleja, oportunamente (ver Apartado 7) se realiza un Estudio de Casos, basado en la propuesta del agente "Gobierno" del Reino de España, dando recientemente a conocer el <i>Libro Blanco de la RSE</i>, en tanto se desarrollan iniciativas voluntarias por parte del entramado empresarial.</p>				

EstakeGEL	EstakeGER	EstakePYMEL	EstakePYMER	EstockGEL
<p>II.1 ¿Iniciativas de RSE relativas a "Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo"?</p> <p>II.2 Creencias y Valores; Persona; Actitudes; Educación y Experiencia; Historia Familiar; Afinidad Socio -Política; Público / Privado; Proyecto de vida y concepción de Familia / Empresa/ Comunidad Reconocimiento Personal; Reputación, Productividad y sostenibilidad</p> <p>II.3 Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo Compensaciones; Carrera Laboral; Transparencia; Capacitación; Ambiente Laboral; Seguridad Laboral; Empresa / Familia / Ocio Sindicalización; Género y Capacidades Diferentes Planes de retiro</p> <p>Dinámica y Saldo Social</p>	<p>"Se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, el ambiente en donde trabajan, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, etc." (DERES)</p>		<p>El Conector "3" viene de la página 2, nodo I.5, ante la respuesta negativa al tipo de iniciativa de RSE "Valores y principios éticos".</p> <p>El Conector "4" nos retorna a la página 1, parte inferior, donde se desarrollan los aspectos de alcance general, relativos a todas las <i>dinámicas sociales</i>.</p> <p>El Conector "21" nos avanza a la página 32, donde nos abocaremos a la <i>dinámica social</i> generada por iniciativas de RSE identificadas como de "Apoyo a la comunidad".</p>	

EstockGER	EstockPYMEL	EstockPYMER	ConsumpreAI	ConsumpreIM
t	<p>Se considera que esta tipología de agentes, en este instante "t" y dado lo incipiente de las iniciativas de RSE asumidas por el Gran Empresario Stakeholder "EstakeGEL", no reciben "impulsos" ni, consecuentemente, emiten "reflexividades".</p> <p>En posteriores instantes "t+1", ya consolidadas las antes comentadas iniciativas, emergerán potenciales "impactos" y "saldos sociales" que oportunamente evaluaremos.</p>			

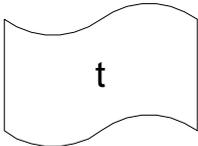
ConsumpreIB	ConsuresAI	ConsuresIM	ConsuresIB	TrapubING
t	<p>Esta primera versión del <i>Modelo Teórico</i> no considera la posibilidad de iniciativas simultáneas entre los diversos actores de la <i>dinámica social</i> bajo evaluación.</p> <p>Consecuentemente, no se incorporan potenciales acciones de Consumidores Responsables, promoviendo mayores grados de desarrollo de <i>RSE</i> en las empresas, directamente o a través de ONGs especializadas en la temática.</p>			

TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	

La potencial reacción de los Promotores Privados de RSE ha sido evaluada en la página 5. Si bien en dicha oportunidad se trataba de la iniciativa de "Valores y principios éticos", el *saldo social* preliminar podría repetirse, sin perjuicio de las diferencias de trasmisión potencial de la información entre ambas acciones.

Con respecto a los *Trabajadores*, y en particular a los *Trabajadores Responsables*, no es de esperar reacciones hasta tanto se consoliden los primeros emprendimientos del Empresario "EstakeGEL" y sus seguidores.

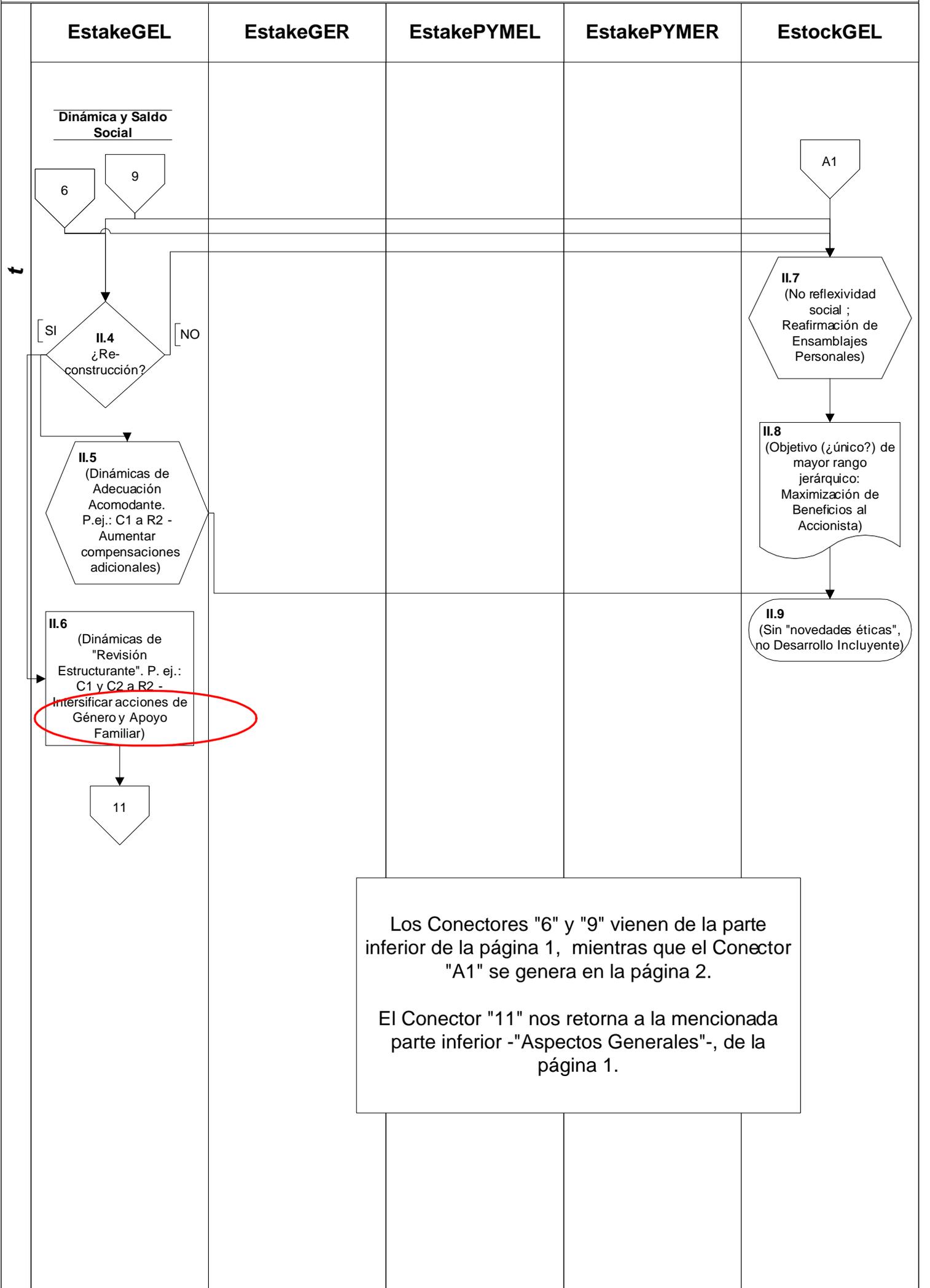
t

INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
				

t

De acuerdo a lo oportunamente adelantado, esta primera versión del *Modelo Teórico* adopta el criterio *ceteris paribus* para el análisis de la dinámica social, asumiendo no simultaneidad de origen de iniciativas de RSE. En otros términos, el "impulso" inicial se origina en un agente específico y, consecuentemente, se analiza la potencial "reflexividad" generada desde los demás actores.

No obstante, cabe destacar que, en reconocimiento a la eventual "simultaneidad" e incentivos que el mundo real-empírico refleja, oportunamente (ver Apartado 7) se realizará un Estudio de Casos, basado en la propuesta del agente "Gobierno" del Reino de España, dando recientemente a conocer el *Libro Blanco de la RSE*, en tanto se desarrollan iniciativas voluntarias por parte del entramado empresarial.



EstockGER	EstockPYMEL	EstockPYMER	ConsumpreAI	ConsumpreIM
<p>La no simultaneidad asumida para la construcción de esta primera versión del Modelo Teórico, fundamenta no incluir eventuales estrategias de agentes como "EstakeGER" o "EstakePYMEL", adelantándose a "EstakeGEL" o asumiendo iniciativas de RSE en paralelo, como mecanismos de posicionamiento en los mercados, de acuerdo a vectores diferenciales.</p> <p>Menos probables pero igualmente posibles, sería una reacción similar por parte de los empresarios integrantes del "Modo Stockholder". Incluso, de ocurrir y como lo veremos más avanzada la evaluación, seguramente no generarían novedades éticas, ya que solamente se trataría de una re-construcción acomodante de medios a fines (C1).</p>				
<p>La ratificación de los Ensamblajes Personales por parte del Empresario EstockGEL, implica suponer no "contagio" re-constructivo hacia el resto del entramado empresarial del "Modo Stockholder".</p>				
<p>En el instante "t", no existen fuerzas o vectores de "impulsos" que impacten en los consumidores identificados como "Precio-Beneficio".</p>				

t

ConsumpreIB	ConsuresAI	ConsuresIM	ConsuresIB	TrapubING
t	<p>Como ocurriera con la anterior iniciativa, aquí también ocurre que la no consolidación, aún en este instante "t", de emergencias de "novedades éticas" por re-construcciones sostenidas de tipo "C2" en agentes del sector empresarial, fundamenta la inexistencia de "impulsos" que impacten en el tipo de "Consumidor Responsable" y, eventualmente, generen "saldos sociales" que incentiven la ocurrencia de <i>desarrollo incluyente</i>.</p> <p>Esta primera versión del Modelo Teórico no incluye la probable acción de los antes mencionados "Consumidores Responsables", reclamando iniciativas de RSE por parte de las empresas. De todas formas, corresponde nuevamente recordar lo expuesto en el Apartado 3.3 sobre "El consumidor español y la RSE: solamente el 23% conoce el concepto de RSE, y declara haber penalizado a alguna compañía por realizar prácticas poco éticas o irresponsables".</p>			

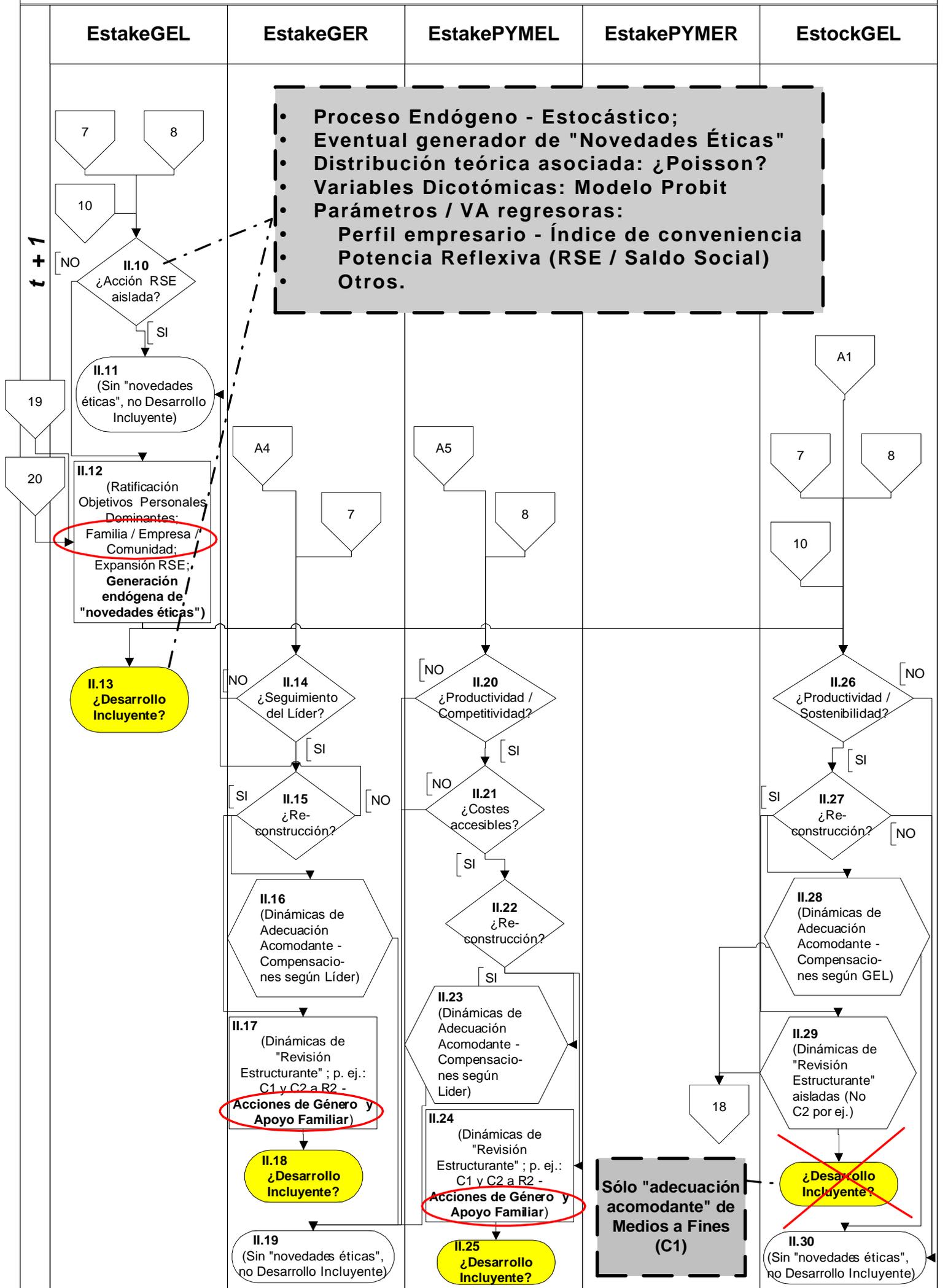
TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	
<p>Circunstancias similares a las enunciadas en la página anterior respecto a los "Consumidores Responsables", se verifican en este instante "t" con relación a los "Trabajadores Responsables" y, más aún, a los "Trabajadores Ingreso". Estos últimos, seguramente vinculados a los que Forética identificara como "Conformistas" (57% del mercado consumidor de España), quienes tienden a "considerar que la RSE es un asunto de las empresas" y, por tanto, no podemos esperar iniciativas de su parte.</p> <p>No obstante lo expuesto, es necesario considerar la propia interpretación que los sindicatos de trabajadores elaboran sobre la empresa y su rol en la Sociedad, así como, más específicamente, su evaluación de lo que hemos interpretado, siguiendo la posición mayoritaria del entramado empresarial, como RSE.</p>				

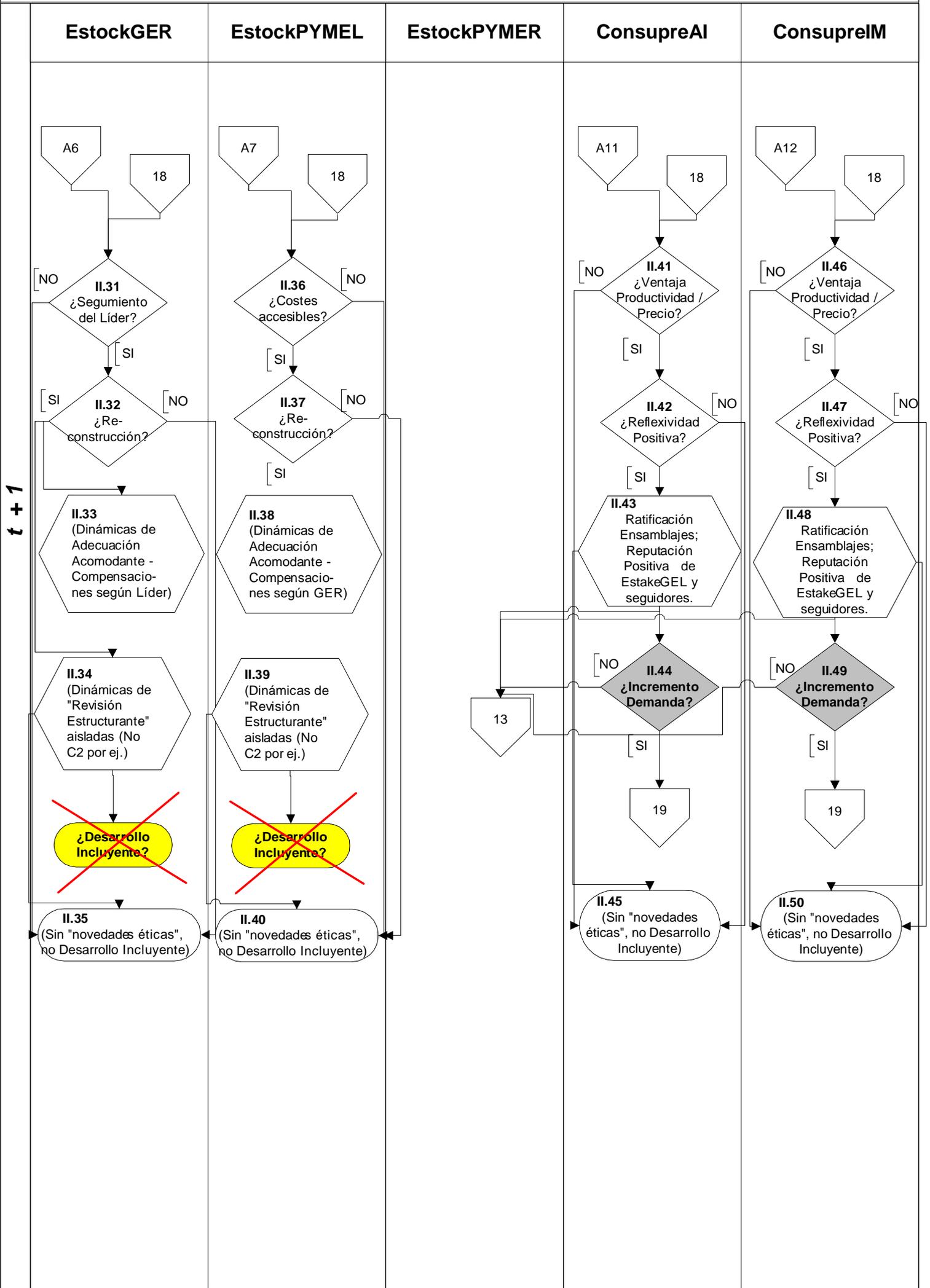
t

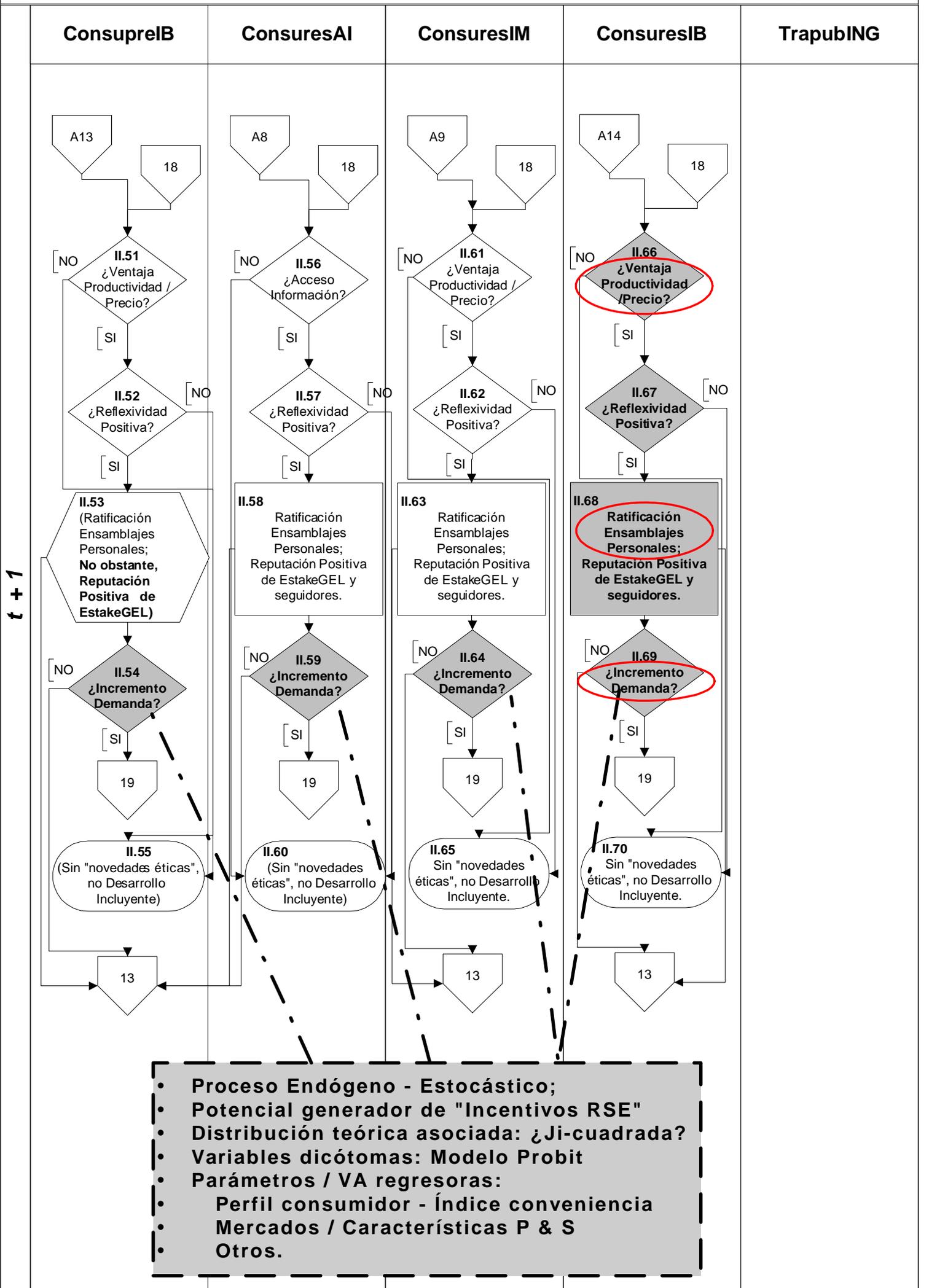
INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
<div data-bbox="140 331 338 474" style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;">t + 1</div>				

t + 1

Las interrelaciones de los "agentes-persona" integrados al "Modo Stakeholder" y al "Modo Stockholder" con respecto a este "Modo Complejo", se referencian en la parte inferior - sector General (G)-, de la página 1, se produzcan en el instante "t" o en el instante "t+1".

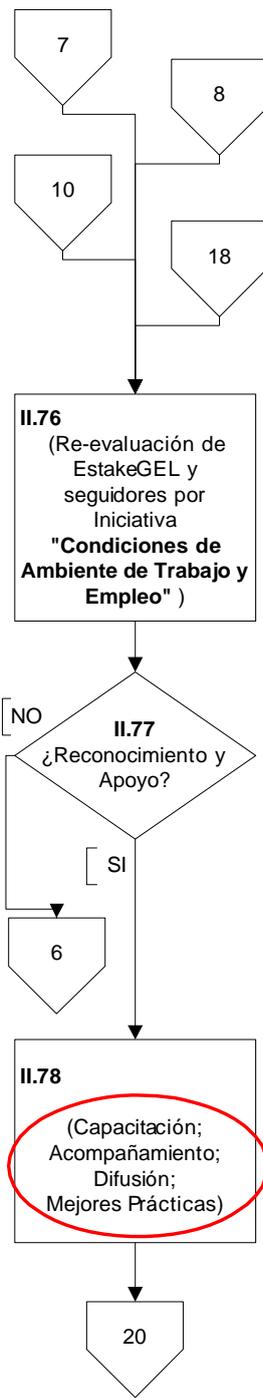
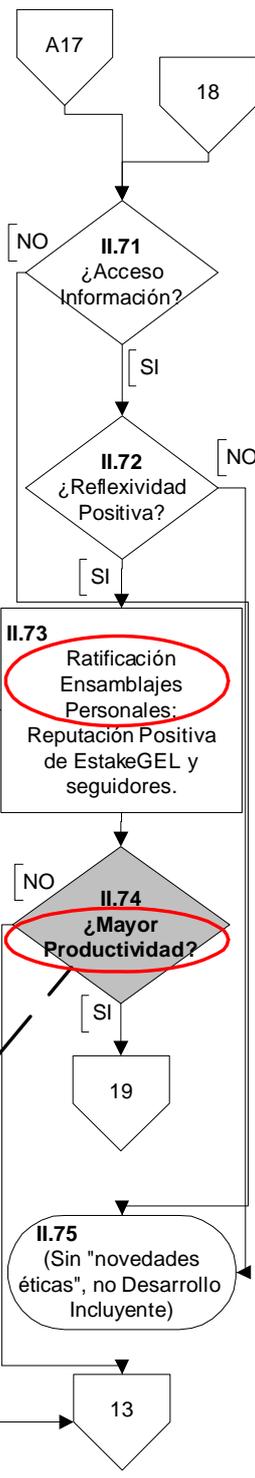




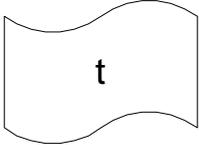


TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS
------------------	-----------------	-----------------	----------------------------------

Los Conectores "19" y "20" retornan la *dinámica social*, como "incentivos" a las iniciativas de RSE originadas por el agente "EstakeGEL", a la página 27, nodo II.12.



- **Proceso Endógeno - Estocástico;**
- **Potencial generador de "Incentivos RSE"**
- **Distribución teórica asociada: ¿Ji-cuadrada?**
- **Variables dicótomas: Modelo Probit**
- **Parámetros / VA regresoras:**
- **Perfil trabajador - Índice conveniencia**
- **Otros.**

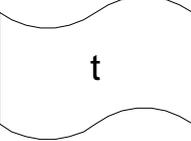
INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
				
<p>Este tercer sector de la evaluación realizada, incluye quince páginas dedicadas al desarrollo de la <i>dinámica social</i> generada por una tipología de iniciativas de <i>RSE</i> identificada como "Apoyo a la Comunidad".</p>				
<p style="text-align: center;"><i>t</i></p>	<p>Esta primera versión del <i>Modelo Teórico</i> adopta el criterio <i>ceteris paribus</i> para el análisis de la dinámica social, asumiendo no simultaneidad de origen de iniciativas de <i>RSE</i>. En otros términos, el "impulso" inicial se origina en un agente específico y, consecuentemente, se analiza la potencial "reflexividad" generada desde los demás actores.</p> <p>No obstante, cabe destacar que, en reconocimiento a la eventual "simultaneidad" e incentivos que el mundo real-empírico refleja, oportunamente (ver Apartado 7) se realiza un Estudio de Casos, basado en la propuesta del agente "Gobierno" del Reino de España, dando recientemente a conocer el <i>Libro Blanco de la RSE</i>, en tanto se desarrollan iniciativas voluntarias por parte del entramado empresarial.</p>			

EstakeGEL	EstakeGER	EstakePYMEL	EstakePYMER	EstockGEL
<p>21</p> <p>III.1 ¿Iniciativas de RSE relativas a "Apoyo a la Comunidad"?</p> <p>[SI]</p> <p>III.2 Creencias y Valores; Actitudes; Historia Familiar; Afinidad Socio -Política; Público / Privado; Proyecto de vida y concepción de Empresa / Comunidad; Valoración de "no monetizables"; Reconocimiento Personal; Administración Presión Social; Reputación Empresarial, Productividad y sostenibilidad</p> <p>[NO]</p> <p>25</p> <p>III.3 Apoyo a la Comunidad: Donaciones y promoción de eventos de interés social; Pasantías a Jóvenes; Integración Capacidades Diferentes; Empresa / Familia / Ocio / Comunidad Promoción Voluntariado Corporativo</p> <p>4</p> <p>Dinámica y Saldo Social</p>	<p>"El amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos, que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad".</p>			<p>El Conector "21" viene de la página 17, nodo II.1, ante la respuesta negativa al tipo de iniciativa de RSE "Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo".</p> <p>El Conector "4" nos retorna a la página 1, parte inferior, donde se desarrollan los aspectos de alcance general, relativos a todas las <i>dinámicas sociales</i>.</p> <p>El Conector "25" nos avanza a la página 47, donde nos abocaremos a la <i>dinámica social</i> generada por iniciativas de RSE identificadas como de "Protección del Medio Ambiente".</p>

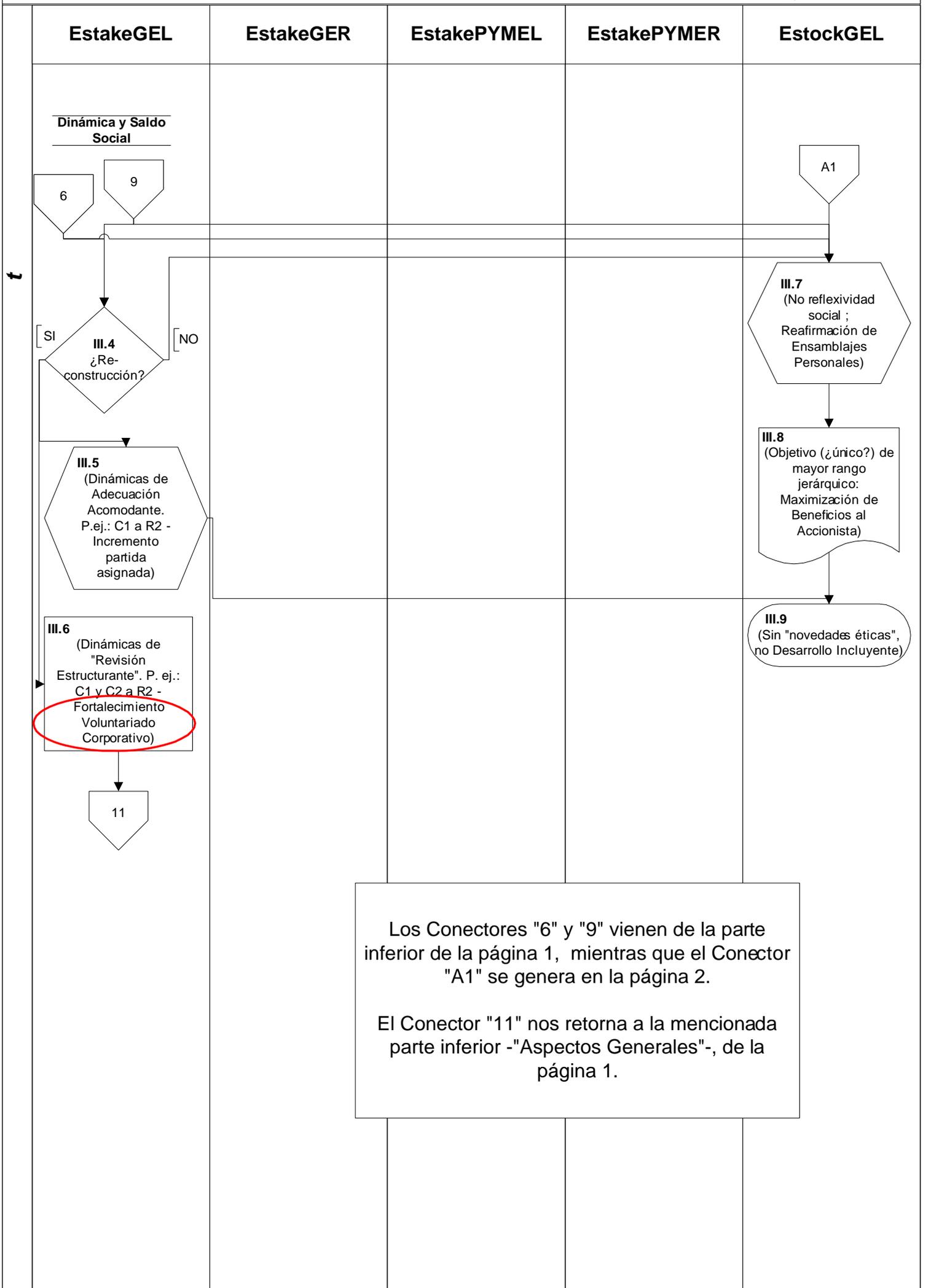
EstockGER	EstockPYMEL	EstockPYMER	ConsumpreAI	ConsumpreIM
<p>Se considera que esta tipología de agentes, en este instante "t" y dado lo incipiente de las iniciativas de RSE asumidas por el Gran Empresario Stakeholder "EstakeGEL", no reciben "impulsos" ni, consecuentemente, emiten "reflexividades".</p> <p>En posteriores instantes "t+1", ya consolidadas las antes comentadas iniciativas, emergerán potenciales "impactos" y "saldos sociales" que oportunamente evaluaremos.</p>				
t				

ConsumpreIB	ConsuresAI	ConsuresIM	ConsuresIB	TrapubING
t	<p>Esta primera versión del <i>Modelo Teórico</i> no considera la posibilidad de iniciativas simultáneas entre los diversos actores de la <i>dinámica social</i> bajo evaluación.</p> <p>Consecuentemente, no se incorporan potenciales acciones de Consumidores Responsables, promoviendo mayores grados de desarrollo de <i>RSE</i> en las empresas, directamente o a través de ONGs especializadas en la temática.</p>			

TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	
<p>La potencial reacción de los Promotores Privados de RSE ha sido evaluada en la página 5. Si bien en dicha oportunidad se trataba de la iniciativa de "Valores y principios éticos", el <i>saldo social</i> preliminar podría repetirse, en forma común a todo este tipo de intervenciones.</p> <p>Con respecto a los <i>Trabajadores</i>, y en particular a los <i>Trabajadores Responsables</i>, no es de esperar reacciones hasta tanto se consoliden los primeros emprendimientos del Empresario "EstakeGEL" y sus seguidores.</p>				

INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
				
<p>De acuerdo a lo oportunamente adelantado, esta primera versión del <i>Modelo Teórico</i> adopta el criterio <i>ceteris paribus</i> para el análisis de la dinámica social, asumiendo no simultaneidad de origen de iniciativas de RSE. En otros términos, el "impulso" inicial se origina en un agente específico y, consecuentemente, se analiza la potencial "reflexividad" generada desde los demás actores.</p> <p>No obstante, cabe destacar que, en reconocimiento a la eventual "simultaneidad" e incentivos que el mundo real-empírico refleja, oportunamente (ver Apartado 7) se realiza un Estudio de Casos, basado en la propuesta del agente "Gobierno" del Reino de España, dando recientemente a conocer el <i>Libro Blanco de la RSE</i>, en tanto se desarrollan iniciativas voluntarias por parte del entramado empresarial.</p>				

t



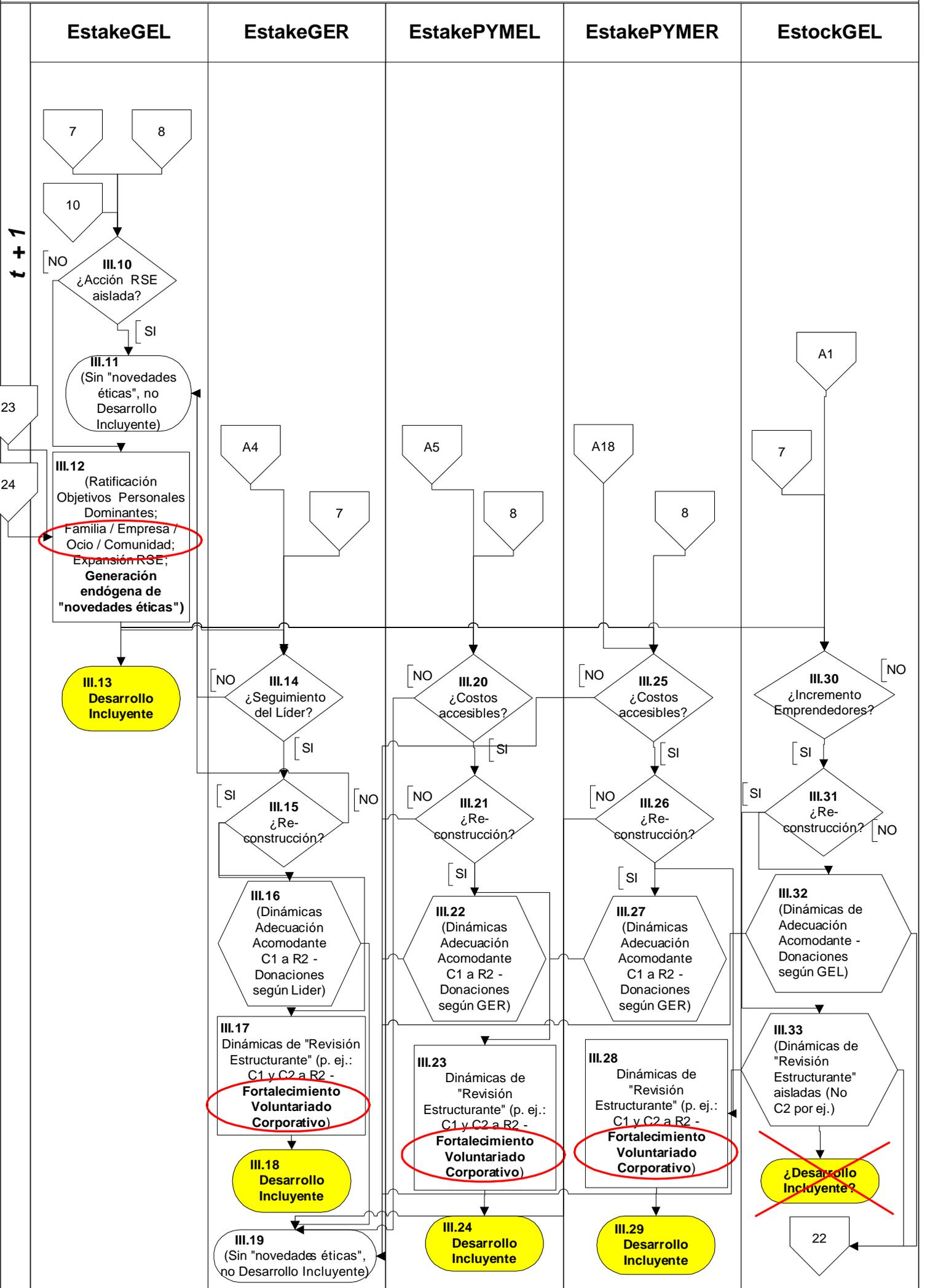
EstockGER	EstockPYMEL	EstockPYMER	ConsumpreAI	ConsumpreIM
<p>La ratificación de los Ensamblajes Personales por parte del Empresario EstockGEL, implica suponer no "contagio" re-constructivo hacia el resto del entramado empresarial del "Modo Stockholder".</p>				
<p>En el instante "t", no existen fuerzas o vectores de "impulsos" que impacten en los consumidores identificados como "Precio-Beneficio".</p>				

t

ConsuprelB	ConsuresAI	ConsuresIM	ConsuresIB	TrapubING
t	<p>Como ocurriera con la anterior iniciativa, aquí también ocurre que la no consolidación, aún en este instante "t", de emergencias de "novedades éticas" por re-construcciones sostenidas de tipo "C2" en agentes del sector empresarial, fundamenta la inexistencia de "impulsos" que impacten en el tipo de "Consumidor Responsable" y, eventualmente, generen "saldos sociales" que incentiven la ocurrencia de <i>desarrollo incluyente</i>.</p> <p>Esta primera versión del Modelo Teórico no incluye la probable acción de los antes mencionados "Consumidores Responsables", reclamando iniciativas de RSE por parte de las empresas.</p>			

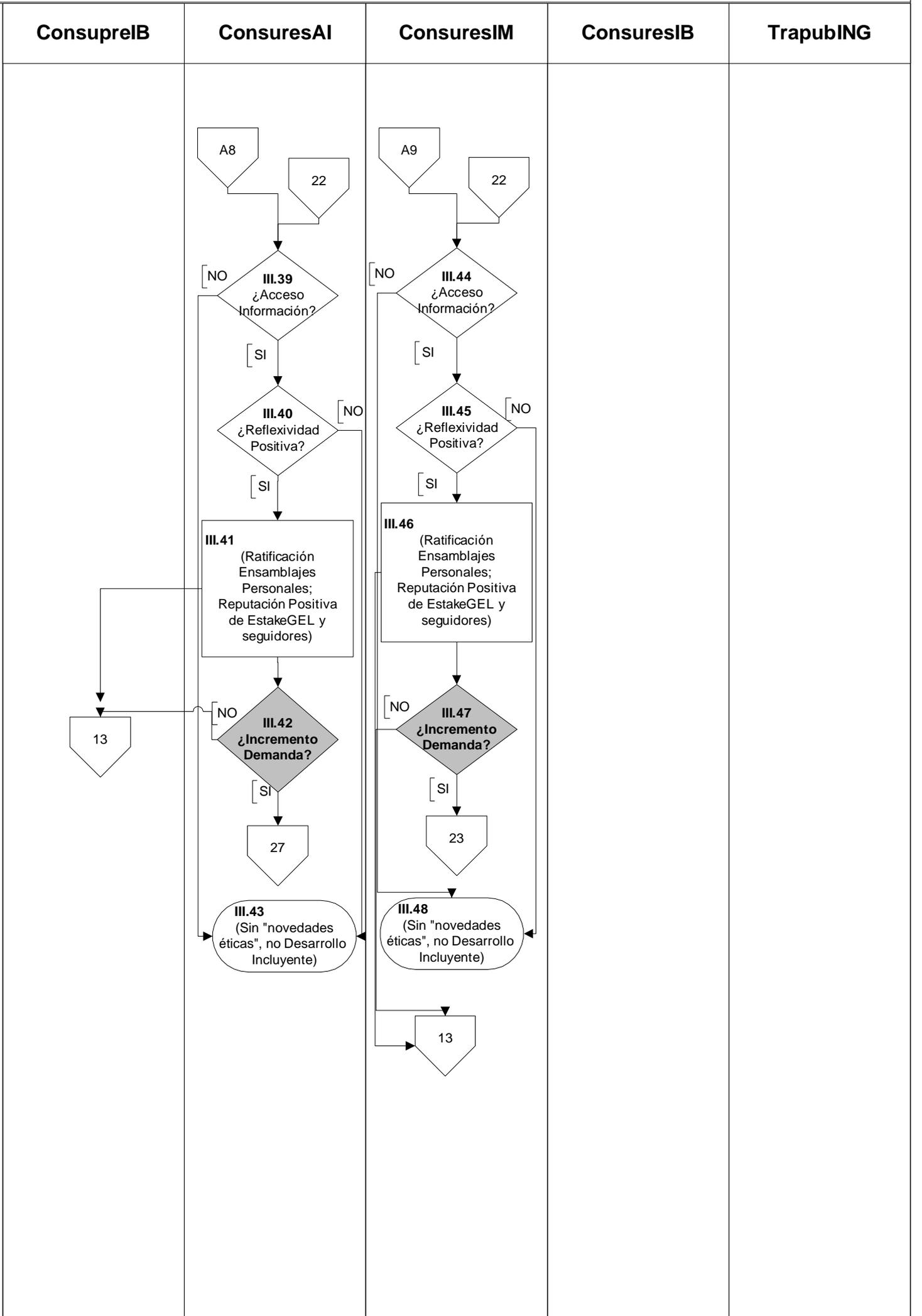
TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	
<p>Circunstancias similares a las enunciadas en la página anterior respecto a los "Consumidores Responsables", se verifican en este instante "t" con relación a los "Trabajadores Responsables" y, más aún, a los "Trabajadores Ingreso".</p>				
t				

INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
<div data-bbox="140 331 336 472" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">t + 1</div>				
<p>Las interrelaciones de los "agentes-persona" integrados al "Modo Stakeholder" y al "Modo Stockholder" con respecto a este "Modo Complejo", se referencian en la parte inferior - sector General (G)-, de la página 1, se produzcan en el instante "t" o en el instante "t+1".</p>				
t + 1				



EstockGER	EstockPYMEL	EstockPYMER	ConsumpreAI	ConsumpreIM
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); font-weight: bold; margin-right: 10px;">t + 1</div> <div style="flex-grow: 1;"> <pre> graph TD A6{{A6}} --> 22{{22}} 22 --> III34{III.34 ¿Seguimiento del Líder?} III34 -- SI --> III35{III.35 ¿Re-construcción?} III34 -- NO --> III38([III.38 (Sin "novedades éticas", no Desarrollo Incluyente)]) III35 -- SI --> III36{{III.36 (Dinámicas de Adecuación Acomodante - Donaciones según GEL)}} III35 -- NO --> III37{{III.37 (Dinámicas de "Revisión Estructurante" aisladas (No C2 por ej.))}} III37 --> DI((¿Desarrollo Incluyente?)) style DI stroke:#f00,stroke-width:2px DI --> III38 </pre> </div> </div>				

t + 1



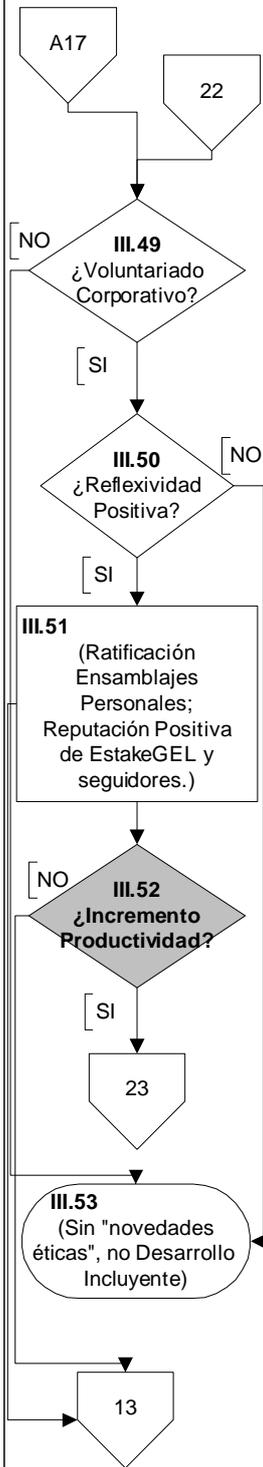
t + 1

TrapubRES

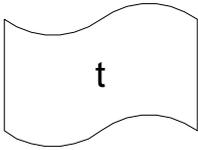
TraprING

TraprRES

**PROMOTORES
"RSE" PRIVADOS**



Los Conectores "23" y "24" retornan la *dinámica social*, como "incentivos" y "apoyos", respectivamente, a las iniciativas de RSE originadas por el agente "EstakeGEL", en la página 42, nodo III.12.

INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
				
<p>Este cuarto sector de la evaluación realizada, incluye quince páginas dedicadas al desarrollo de la <i>dinámica social</i> generada por una tipología de iniciativas de <i>RSE</i> identificada como "Protección del Medio Ambiente".</p>				
<p>Esta primera versión del <i>Modelo Teórico</i> adopta el criterio <i>ceteris paribus</i> para el análisis de la dinámica social, asumiendo no simultaneidad de origen de iniciativas de <i>RSE</i>. En otros términos, el "impulso" inicial se origina en un agente específico y, consecuentemente, se analiza la potencial "reflexividad" generada desde los demás actores.</p> <p>No obstante, cabe destacar que, en reconocimiento a la eventual "simultaneidad" e incentivos que el mundo real-empírico refleja, oportunamente (ver Apartado 7) se realiza un Estudio de Casos, basado en la propuesta del agente "Gobierno" del Reino de España, dando recientemente a conocer el <i>Libro Blanco de la RSE</i>, en tanto se desarrollan iniciativas voluntarias por parte del entramado empresarial.</p>				

EstakeGEL	EstakeGER	EstakePYMEL	EstakePYMER	EstockGEL
<p>IV.1 ¿Iniciativas de RSE relativas a "Protección del Medio Ambiente"?</p> <p>[SI]</p> <p>IV.2 (Creencias y Valores; Medio Ambiente y Crecimiento / Desarrollo Sustentable; Actitudes; Rol Público / Privado; Horizonte Temporal; Proyecto de vida y concepción de Empresa / Comunidad / Ambiente; Reconocimiento Personal; Administración Presión Social; Reputación Empresarial y sostenibilidad)</p> <p>[NO]</p> <p>IV.3 Protección del Medio Ambiente: Capacitación Temas Medio-Ambientales; Alianzas Protección Medio Ambiente; Reciclado; Combustibles no contaminantes; Reducción consumos energía y agua; Control Empresa / Impacto Medio Ambiente Reconocimiento Agresiones Medio-Ambientales.</p> <p>4</p> <p>Dinámica y Saldo Social</p>	<p>"El compromiso de la organización empresarial con el Medio Ambiente y el Desarrollo Sustentable. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concientización de su personal. Esto, que hoy inclusive se encuentra normatizado, implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental que tienen sus acciones". (DERES)</p>			<p>El Conector "25" viene de la página 32, nodo III.1, ante la respuesta negativa al tipo de iniciativa de RSE "Apoyo a la Comunidad".</p> <p>El Conector "4" nos retorna a la página 1, parte inferior, donde se desarrollan los aspectos de alcance general, relativos a todas las <i>dinámicas sociales</i>.</p> <p>El Conector "29" nos avanza a la página 62, donde nos abocaremos a la <i>dinámica social</i> generada por iniciativas de RSE identificadas como de "Marketing Responsable".</p>

EstockGER	EstockPYMEL	EstockPYMER	ConsumpreAI	ConsumpreIM
<p>Se considera que esta tipología de agentes, en este instante "t" y dado lo incipiente de las iniciativas de RSE asumidas por el Gran Empresario Stakeholder "EstakeGEL", no reciben "impulsos" ni, consecuentemente, emiten "reflexividades".</p> <p>En posteriores instantes "t+1", ya consolidadas las antes comentadas iniciativas, emergerán potenciales "impactos" y "saldos sociales" que oportunamente evaluaremos.</p>				
t				

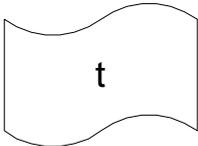
ConsuprelB	ConsuresAI	ConsuresIM	ConsuresIB	TrapubING
<i>t</i>				

TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	

La potencial reacción de los Promotores Privados de RSE ha sido evaluada en la página 5. Si bien en dicha oportunidad se trataba de la iniciativa de "Valores y principios éticos", el *saldo social* preliminar podría repetirse, en forma común a todo este tipo de intervenciones.

Con respecto a los *Trabajadores*, y en particular a los *Trabajadores Responsables*, no es de esperar reacciones hasta tanto se consoliden los primeros emprendimientos del Empresario "EstakeGEL" y sus seguidores.

t

INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
				

De acuerdo a lo oportunamente adelantado, esta primera versión del *Modelo Teórico* adopta el criterio *ceteris paribus* para el análisis de la dinámica social, asumiendo no simultaneidad de origen de iniciativas de RSE. En otros términos, el "impulso" inicial se origina en un agente específico y, consecuentemente, se analiza la potencial "reflexividad" generada desde los demás actores.

No obstante, cabe destacar que, en reconocimiento a la eventual "simultaneidad" e incentivos que el mundo real-empírico refleja, oportunamente (ver Apartado 7) se realiza un Estudio de Casos, basado en la propuesta del agente "Gobierno" del Reino de España, dando recientemente a conocer el *Libro Blanco de la RSE*, en tanto se desarrollan iniciativas voluntarias por parte del entramado empresarial.

EstakeGEL	EstakeGER	EstakePYMEL	EstakePYMER	EstockGEL
<p>Dinámica y Saldo Social</p> <pre> graph TD C6[6] --> IV4{IV.4 ¿Re-construcción?} C9[9] --> IV4 IV4 -- SI --> IV5{{IV.5 (Dinámicas de Adecuación Acomodante. P.ej.: C1 a R2 - Dpto. quejas MA)}} IV4 -- NO --> IV6[IV.6 (Dinámicas de "Revisión Estructurante". P. ej.: C1 y C2 a R2 Reconversión Energética)] IV6 --> C11[11] </pre>				<pre> graph TD A1[A1] --> IV7{{IV.7 (No reflexividad social ; Reafirmación de Ensamblajes Personales)}} IV7 --> IV8[IV.8 (Objetivo (¿único?) de mayor rango jerárquico: Maximización de Beneficios al Accionista)] IV8 --> IV9([IV.9 (Sin "novedades éticas", no Desarrollo Incluyente)]) </pre>
<p>Los Conectores "6" y "9" vienen de la parte inferior de la página 1, mientras que el Conector "A1" se genera en la página 2.</p> <p>El Conector "11" nos retorna a la mencionada parte inferior -"Aspectos Generales"-, de la página 1.</p>				

EstockGER	EstockPYMEL	EstockPYMER	ConsumpreAI	ConsumpreIM
<p>La ratificación de los Ensamblajes Personales por parte del Empresario EstockGEL, implica suponer no "contagio" re-constructivo hacia el resto del entramado empresarial del "Modo Stockholder".</p>				
<p>En el instante "t", no existen fuerzas o vectores de "impulsos" que impacten en los consumidores identificados como "Precio-Beneficio".</p>				

t

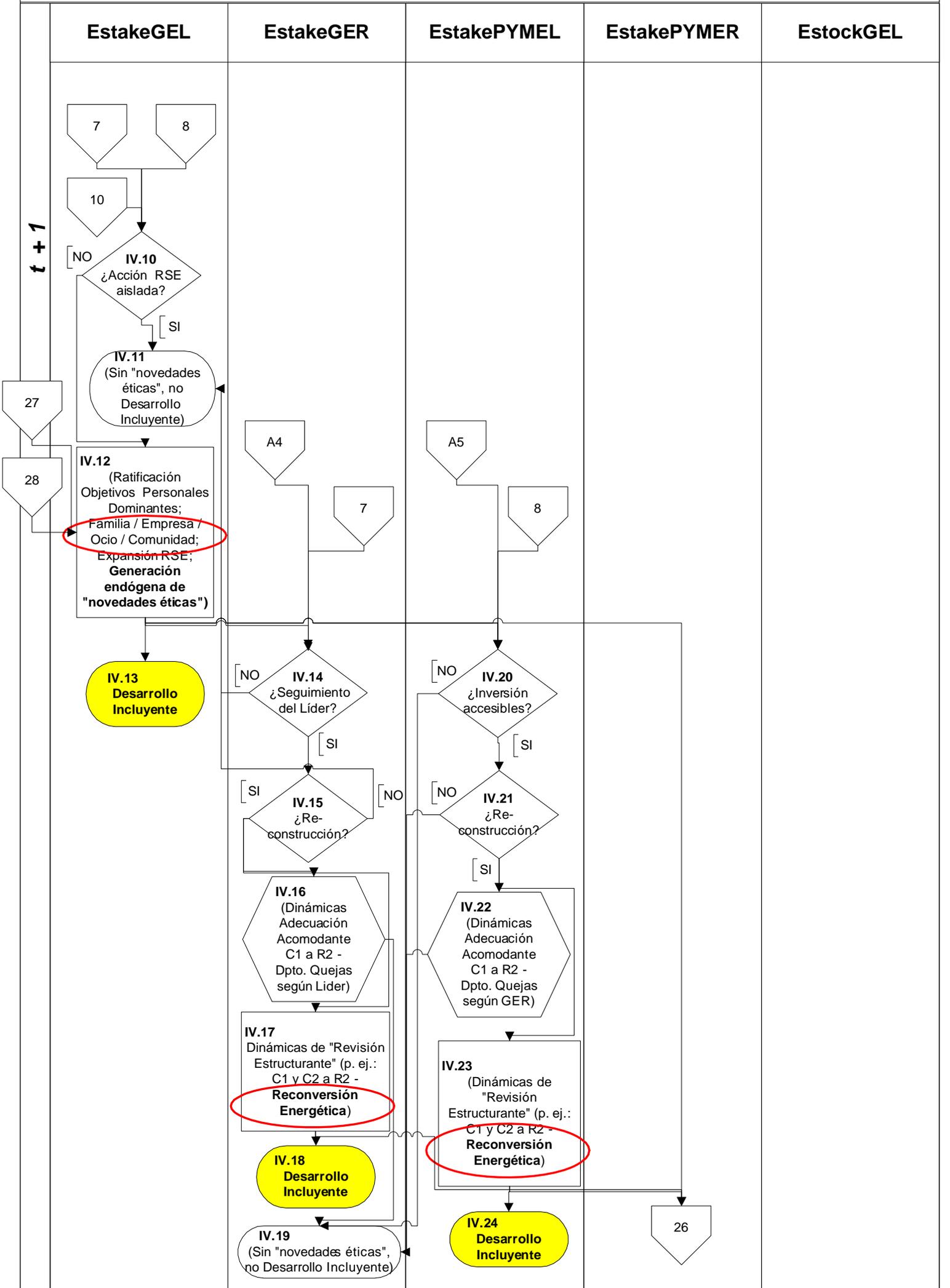
ConsuprelB	ConsuresAI	ConsuresIM	ConsuresIB	TrapubING
<p style="text-align: center;"> t </p> <p style="text-align: center;"> Como ocurriera con la anterior iniciativa, aquí también ocurre que la no consolidación, aún en este instante "t", de emergencias de "novedades éticas" por re-construcciones sostenidas de tipo "C2" en agentes del sector empresarial, fundamenta la inexistencia de "impulsos" que impacten en el tipo de "Consumidor Responsable" y, eventualmente, generen "saldos sociales" que incentiven la ocurrencia de <i>desarrollo incluyente</i>. </p> <p style="text-align: center;"> Esta primera versión del Modelo Teórico no incluye la probable acción de los antes mencionados "Consumidores Responsables", reclamando iniciativas de RSE por parte de las empresas. </p>				

TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	
<p>Circunstancias similares a las enunciadas en la página anterior respecto a los "Consumidores Responsables", se verifican en este instante "t" con relación a los "Trabajadores Responsables" y, más aún, a los "Trabajadores Ingreso".</p>				
t				

INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
<div data-bbox="140 327 338 472" style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;">t + 1</div>				

t + 1

Las interrelaciones de los "agentes-persona" integrados al "Modo Stakeholder" y al "Modo Stockholder" con respecto a este "Modo Complejo", se referencian en la parte inferior - sector General (G)-, de la página 1, se produzcan en el instante "t" o en el instante "t+1".



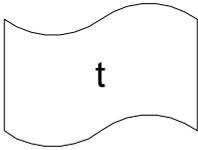
EstockGER	EstockPYMEL	EstockPYMER	ConsumpreAI	ConsumpreIM
<p>A diferencia de lo ocurrido con los anteriores tipos de iniciativas de RSE, en este caso no se espera ningún impacto de "impulsos" emergentes del "Modo Stakeholder", en los integrantes del entramado empresarial del "Modo Stockholder".</p>				
t + 1				

ConsuprelB	ConsuresAI	ConsuresIM	ConsuresIB	TrapubING
	<pre> graph TD A8[A8] --> B26[26] B26 --> D25{IV.25 ¿Acceso Información?} D25 -- NO --> B13[13] D25 -- SI --> D26{IV.26 ¿Reflexividad Positiva?} D26 -- NO --> B13 D26 -- SI --> P27[IV.27 (Ratificación Ensamblajes Personales; Reputación Positiva de EstakeGEL y seguidores)] P27 --> D28{IV.28 ¿Incremento Demanda?} D28 -- NO --> B13 D28 -- SI --> B27[27] B13 --> E29((IV.29 (Sin "novedades éticas", no Desarrollo Incluyente))) B27 --> E29 </pre>			

t + 1

TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	
	<p style="text-align: center;">13</p>	<p style="text-align: center;">A17</p> <p style="text-align: center;">26</p> <p style="text-align: center;">IV.30 ¿Capacitación Medio-Ambiental?</p> <p>[NO]</p> <p>[SI]</p> <p style="text-align: center;">IV.31 ¿Reflexividad Positiva?</p> <p>[NO]</p> <p>[SI]</p> <p style="text-align: center;">IV.32 (Ratificación Ensamblajes Personales; Reputación Positiva de EstakeGEL y seguidores.)</p> <p>[NO]</p> <p style="text-align: center;">IV.33 ¿Incremento Productividad ?</p> <p>[SI]</p> <p style="text-align: center;">27</p> <p style="text-align: center;">IV.34 (Sin "novedades éticas", no Desarrollo Incluyente)</p>	<p style="text-align: center;">7</p> <p style="text-align: center;">8</p> <p style="text-align: center;">10</p> <p style="text-align: center;">26</p> <p style="text-align: center;">IV.35 (Re-evaluación de EstakeGEL y seguidores por Iniciativa "Protección del Medio Ambiente")</p> <p>[NO]</p> <p style="text-align: center;">IV.36 ¿Reconocimiento y Apoyo?</p> <p>[SI]</p> <p style="text-align: center;">6</p> <p style="text-align: center;">IV.37 (Capacitación; Acompañamiento; Difusión; Mejores Prácticas)</p> <p style="text-align: center;">28</p>	

t + 1

INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
				
<p>Este quinto sector de la evaluación realizada, incluye quince páginas dedicadas al desarrollo de la <i>dinámica social</i> generada por una tipología de iniciativas de <i>RSE</i> identificada como "Marketing Responsable".</p>				
	<p>Esta primera versión del <i>Modelo Teórico</i> adopta el criterio <i>ceteris paribus</i> para el análisis de la dinámica social, asumiendo no simultaneidad de origen de iniciativas de <i>RSE</i>. En otros términos, el "impulso" inicial se origina en un agente específico y, consecuentemente, se analiza la potencial "reflexividad" generada desde los demás actores.</p> <p>No obstante, cabe destacar que, en reconocimiento a la eventual "simultaneidad" e incentivos que el mundo real-empírico refleja, oportunamente (ver Apartado 7) se realiza un Estudio de Casos, basado en la propuesta del agente "Gobierno" del Reino de España, dando recientemente a conocer el <i>Libro Blanco de la RSE</i>, en tanto se desarrollan iniciativas voluntarias por parte del entramado empresarial.</p>			

t

EstakeGEL	EstakeGER	EstakePYMEL	EstakePYMER	EstockGEL
<p>29</p> <p>V.1 ¿Iniciativas de RSE relativas a "Marketing Responsable"?</p> <p>[NO]</p> <p>33</p> <p>V.2 (Valores éticos; Transparencia e Integridad; Horizonte temporal; Proyecto de vida y concepción de Persona / Empresa / Comunidad; Objetivos empresariales y Creencias y Valores personales; Liderazgo; Creatividad; Valoración aspectos no monetizables; Reputación Empresarial y sostenibilidad)</p> <p>V.3 (Marketing Responsable: Seguridad de Productos y Servicios; Respuesta a Capacidades Diferentes; Transparencia informativa; Políticas de RSE internas y externas de la Empresa; Campañas Publicitarias basadas en principios éticos)</p> <p>4</p> <p><u>Dinámica y Saldo Social</u></p>	<p>"Una política que involucre un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad" (DERES)</p>			<p>El Conector "29" viene de la página 47, nodo III.1, ante la respuesta negativa al tipo de iniciativa de RSE "Protección del Medio Ambiente".</p> <p>El Conector "4" nos retorna a la página 1, parte inferior, donde se desarrollan los aspectos de alcance general, relativos a todas las <i>dinámicas sociales</i>.</p> <p>Finalmente, el Conector "33", de verificarse tal respuesta en el <i>nodo-decisión V.1</i>, y consecuentemente agotadas las cinco tipologías de RSE, implicará "cerrar" el proceso "sin novedades éticas, ni desarrollo incluyente", como lo establece el <i>nodo-terminal V.11</i> de la página 72.</p>

EstockGER	EstockPYMEL	EstockPYMER	ConsumpreAI	ConsumpreIM
<p>Se considera que esta tipología de agentes, en este instante "t" y dado lo incipiente de las iniciativas de RSE asumidas por el Gran Empresario Stakeholder "EstakeGEL", no reciben "impulsos" ni, consecuentemente, emiten "reflexividades".</p> <p>En posteriores instantes "t+1", ya consolidadas las antes comentadas iniciativas, emergerán potenciales "impactos" y "saldos sociales" que oportunamente evaluaremos.</p>				
t				

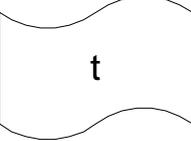
ConsumpreIB	ConsuresAI	ConsuresIM	ConsuresIB	TrapubING
<p>Esta primera versión del <i>Modelo Teórico</i> no considera la posibilidad de iniciativas simultáneas entre los diversos actores de la <i>dinámica social</i> bajo evaluación.</p> <p>Consecuentemente, no se incorporan potenciales acciones de Consumidores Responsables, promoviendo mayores grados de desarrollo de <i>RSE</i> en las empresas, directamente o a través de ONGs especializadas en la temática.</p>				
t				

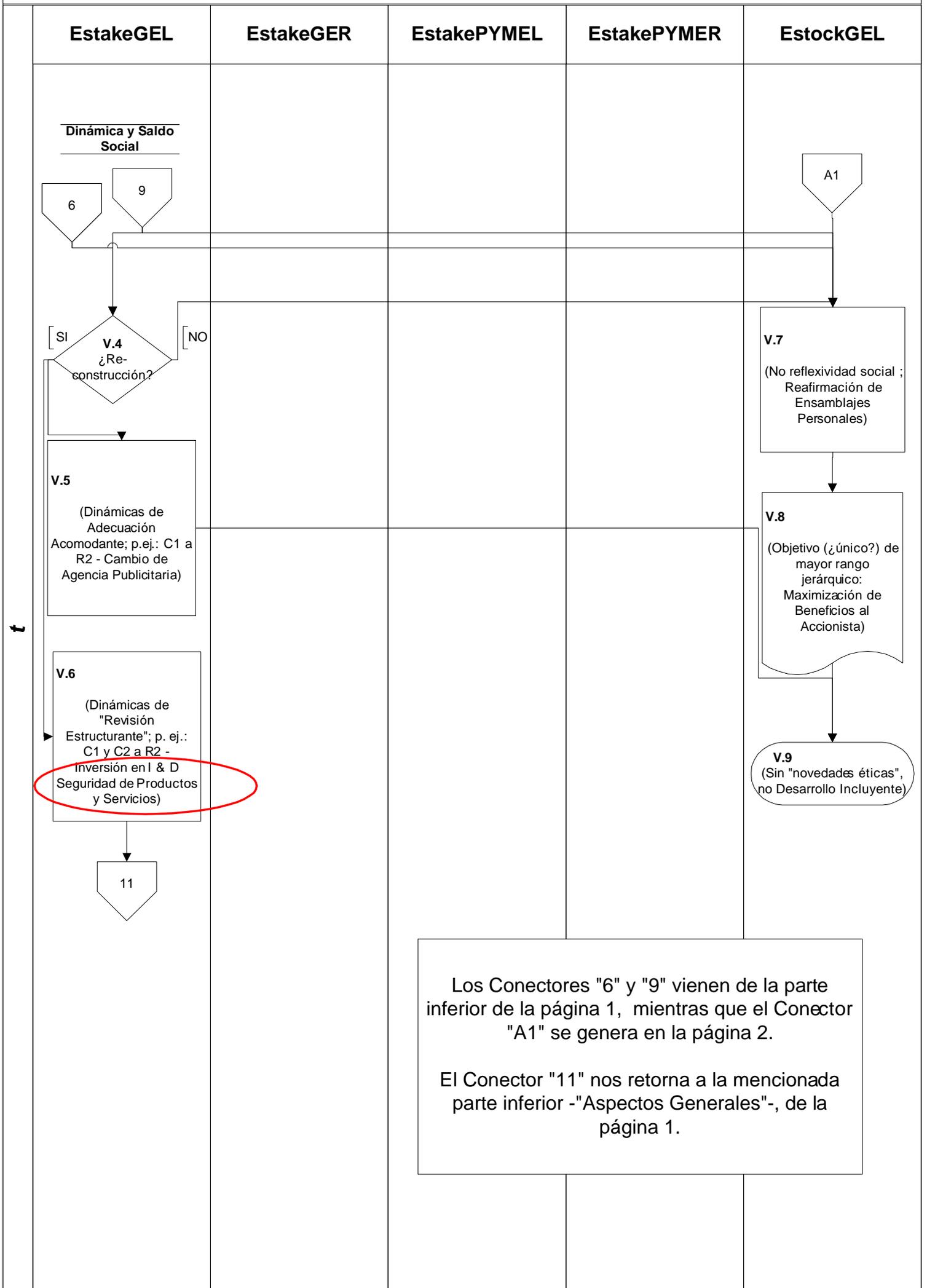
TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	

La potencial reacción de los Promotores Privados de RSE ha sido evaluada en la página 5. Si bien en dicha oportunidad se trataba de la iniciativa de "Valores y principios éticos", el *saldo social* preliminar podría repetirse, en forma común a todo este tipo de intervenciones.

Con respecto a los *Trabajadores*, y en particular a los *Trabajadores Responsables*, no es de esperar reacciones hasta tanto se consoliden los primeros emprendimientos del Empresario "EstakeGEL" y sus seguidores.

t

INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
				
t	<p>De acuerdo a lo oportunamente adelantado, esta primera versión del <i>Modelo Teórico</i> adopta el criterio <i>ceteris paribus</i> para el análisis de la dinámica social, asumiendo no simultaneidad de origen de iniciativas de RSE. En otros términos, el "impulso" inicial se origina en un agente específico y, consecuentemente, se analiza la potencial "reflexividad" generada desde los demás actores.</p> <p>No obstante, cabe destacar que, en reconocimiento a la eventual "simultaneidad" e incentivos que el mundo real-empírico refleja, oportunamente (ver Apartado 7) se realiza un Estudio de Casos, basado en la propuesta del agente "Gobierno" del Reino de España, dando recientemente a conocer el <i>Libro Blanco de la RSE</i>, en tanto se desarrollan iniciativas voluntarias por parte del entramado empresarial.</p>			



t

EstockGER	EstockPYMEL	EstockPYMER	ConsumpreAI	ConsumpreIM
<p data-bbox="236 786 799 1010">La ratificación de los Ensamblajes Personales por parte del Empresario EstockGEL, implica suponer no "contagio" re-constructivo hacia el resto del entramado empresarial del "Modo Stockholder".</p>				
			<p data-bbox="1007 1279 1401 1503">En el instante "t", no existen fuerzas o vectores de "impulsos" que impacten en los consumidores identificados como "Precio-Beneficio".</p>	

t

ConsumpreIB	ConsuresAI	ConsuresIM	ConsuresIB	TrapubING
<p>Como ocurriera con la anterior iniciativa, aquí también ocurre que la no consolidación, aún en este instante "t", de emergencias de "novedades éticas" por re-construcciones sostenidas de tipo "C2" en agentes del sector empresarial, fundamenta la inexistencia de "impulsos" que impacten en el tipo de "Consumidor Responsable" y, eventualmente, generen "saldos sociales" que incentiven la ocurrencia de <i>desarrollo incluyente</i>.</p> <p>Esta primera versión del Modelo Teórico no incluye la probable acción de los antes mencionados "Consumidores Responsables", reclamando iniciativas de RSE por parte de las empresas.</p>				

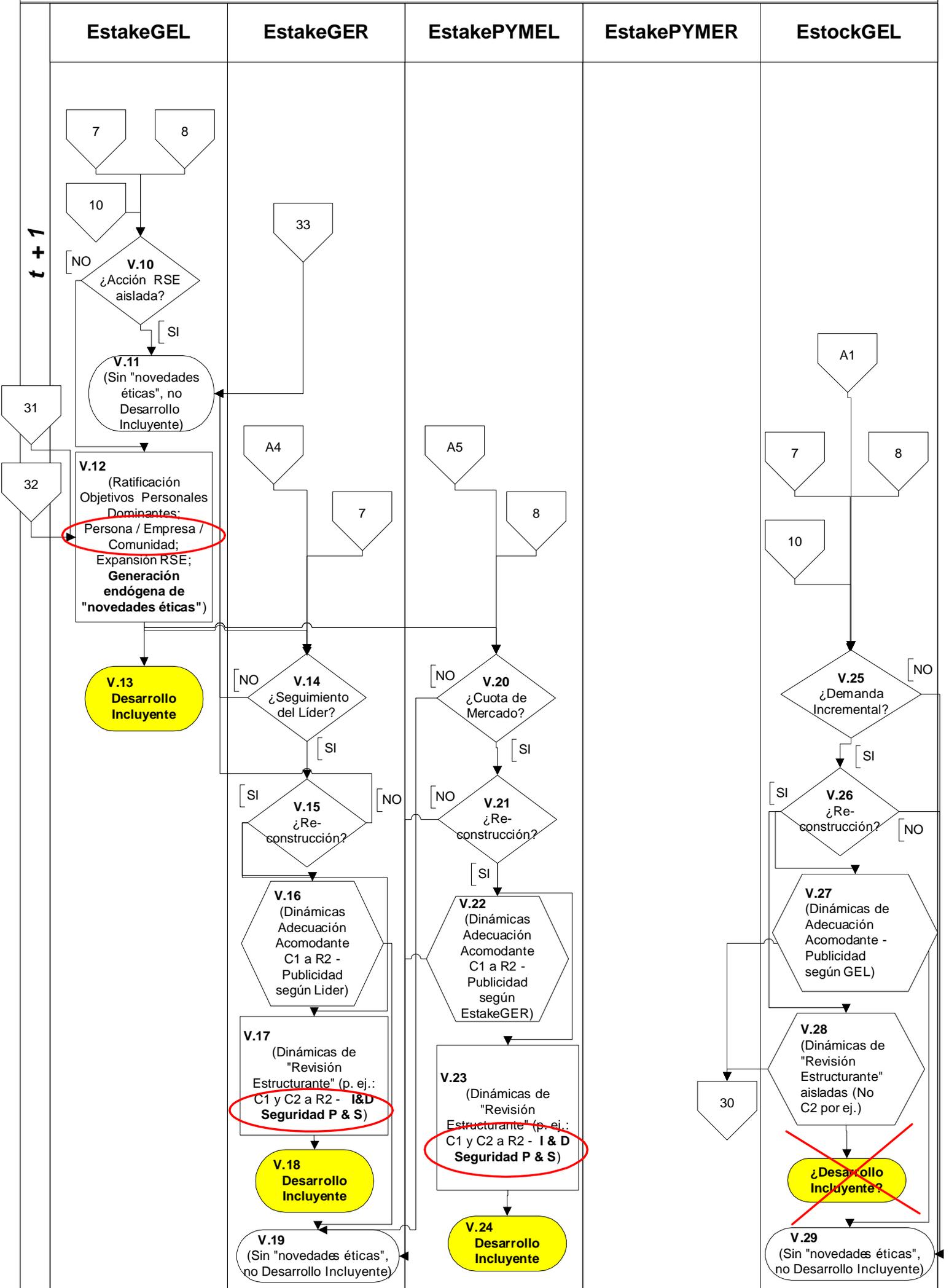
t

TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	
<p>Circunstancias similares a las enunciadas en la página anterior respecto a los "Consumidores Responsables", se verifican en este instante "t" con relación a los "Trabajadores Responsables" y, más aún, a los "Trabajadores Ingreso".</p>				
t				

INSTANTE "t"	MEDIO NO HUMANO	SOCIEDAD MUNDIAL	SOCIEDAD LOCAL	GOBIERNO
<div data-bbox="140 331 338 474" style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: auto;"> <p style="text-align: center;">t + 1</p> </div>				

Las interrelaciones de los "agentes-persona" integrados al "Modo Stakeholder" y al "Modo Stockholder" con respecto a este "Modo Complejo", se referencian en la parte inferior - sector General (G)-, de la página 1, se produzcan en el instante "t" o en el instante "t+1".

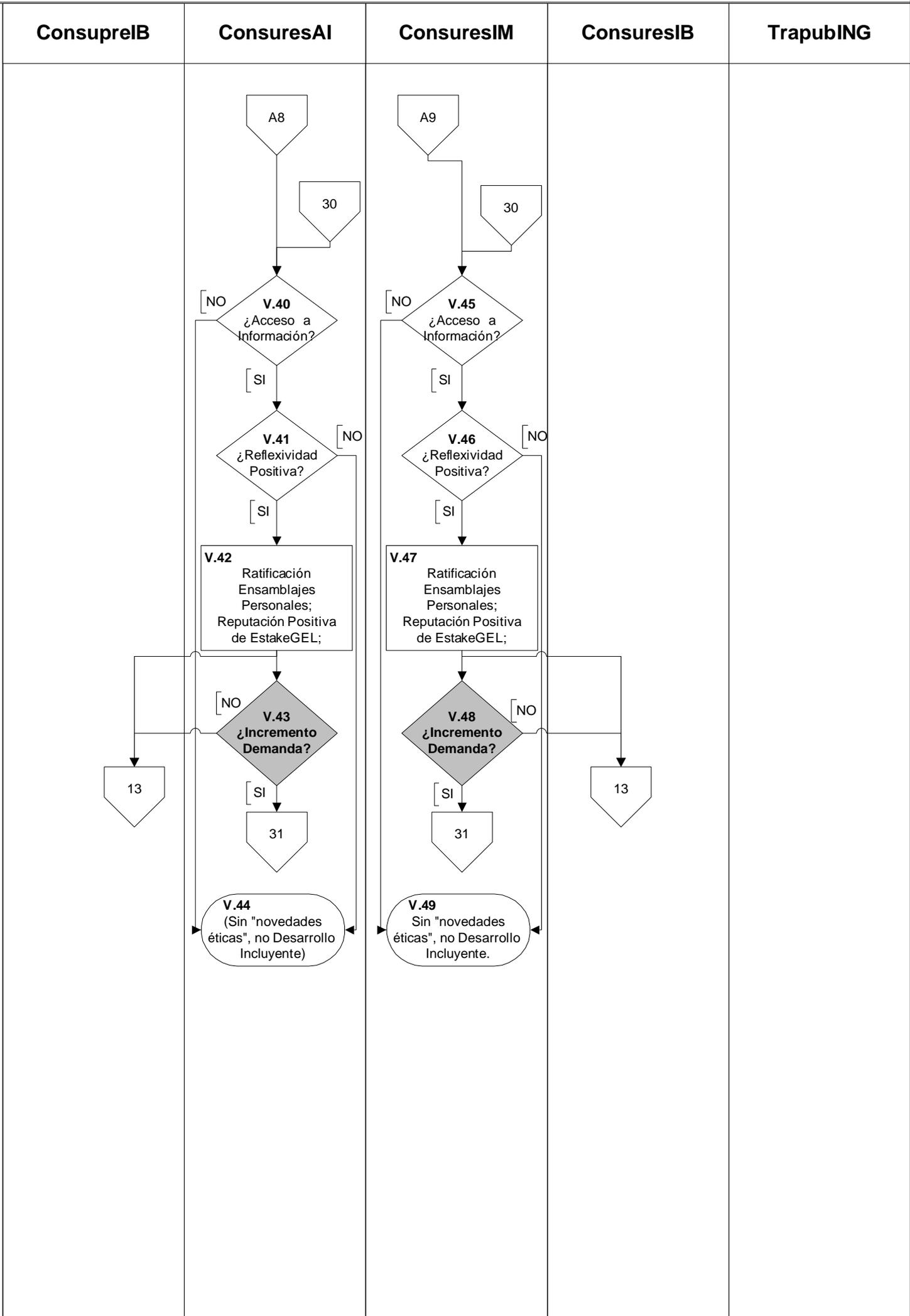
t + 1



EstockGER	EstockPYMEL	EstockPYMER	ConsumpreAI	ConsumpreIM
<p style="text-align: center;">A6</p> <p style="text-align: center;">30</p> <p style="text-align: center;">V.30 ¿Seguimiento del Líder?</p> <p>[NO]</p> <p>[SI]</p> <p style="text-align: center;">V.31 ¿Re-construcción?</p> <p>[SI]</p> <p>[NO]</p> <p style="text-align: center;">V.32 (Dinámicas de Adecuación Acomodante - Publicidad según Líder)</p> <p style="text-align: center;">V.33 (Dinámicas de "Revisión Estructurante" aisladas (No C2 por ej.))</p> <p style="text-align: center;">¿Desarrollo Incluyente?</p> <p style="text-align: center;">V.34 (Sin "novedades éticas", no Desarrollo Incluyente)</p>	<p style="text-align: center;">A7</p> <p style="text-align: center;">30</p> <p style="text-align: center;">V.35 ¿Mantenimiento Cuota Mercado?</p> <p>[NO]</p> <p>[SI]</p> <p style="text-align: center;">V.36 ¿Re-construcción?</p> <p>[SI]</p> <p>[NO]</p> <p style="text-align: center;">V.37 (Dinámicas de Adecuación Acomodante - Publicidad como GER)</p> <p style="text-align: center;">V.38 (Dinámicas de "Revisión Estructurante" aisladas (No C2 por ej.))</p> <p style="text-align: center;">¿Desarrollo Incluyente?</p> <p style="text-align: center;">V.39 (Sin "novedades éticas", no Desarrollo Incluyente)</p>			

t + 1

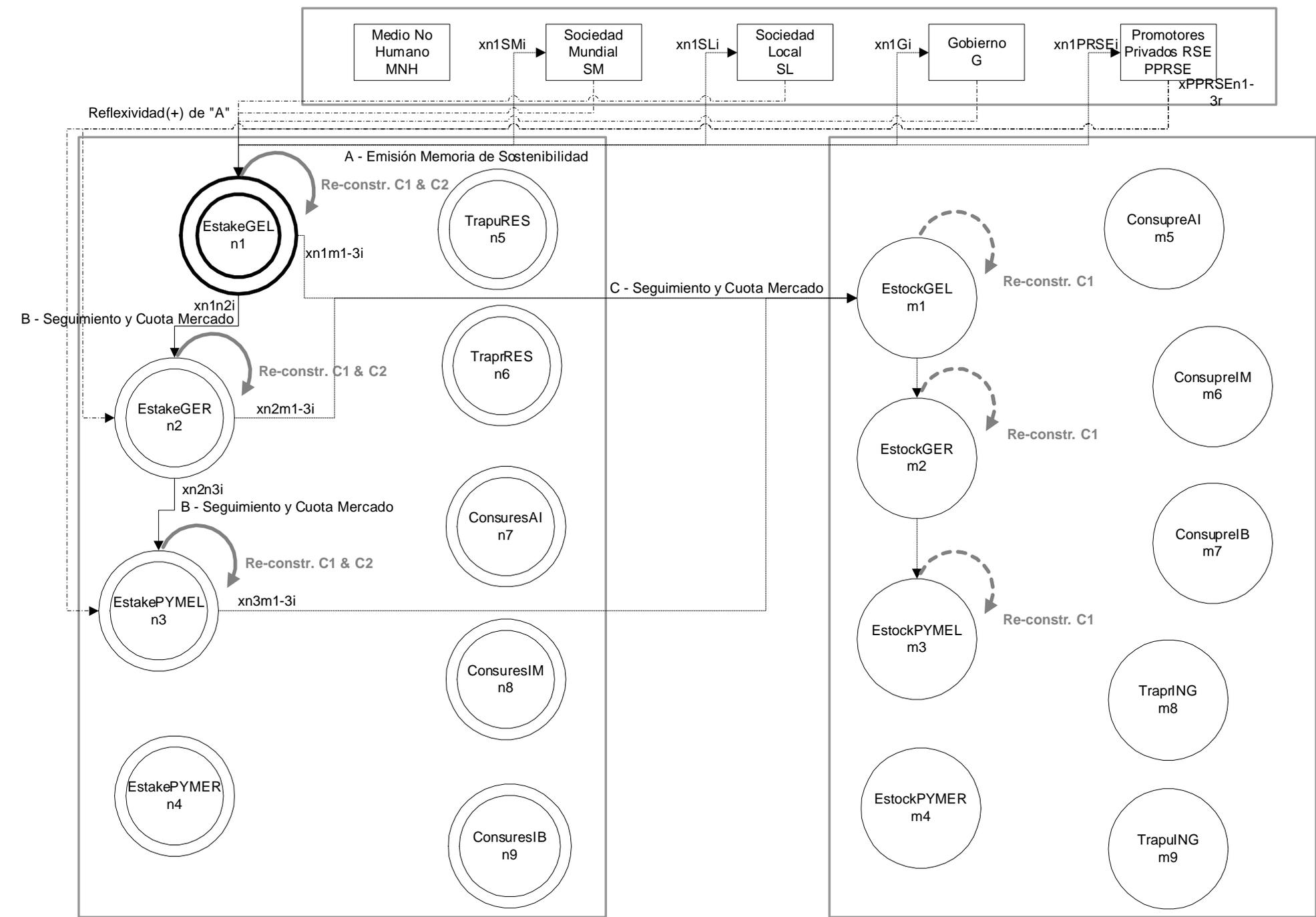
t + 1



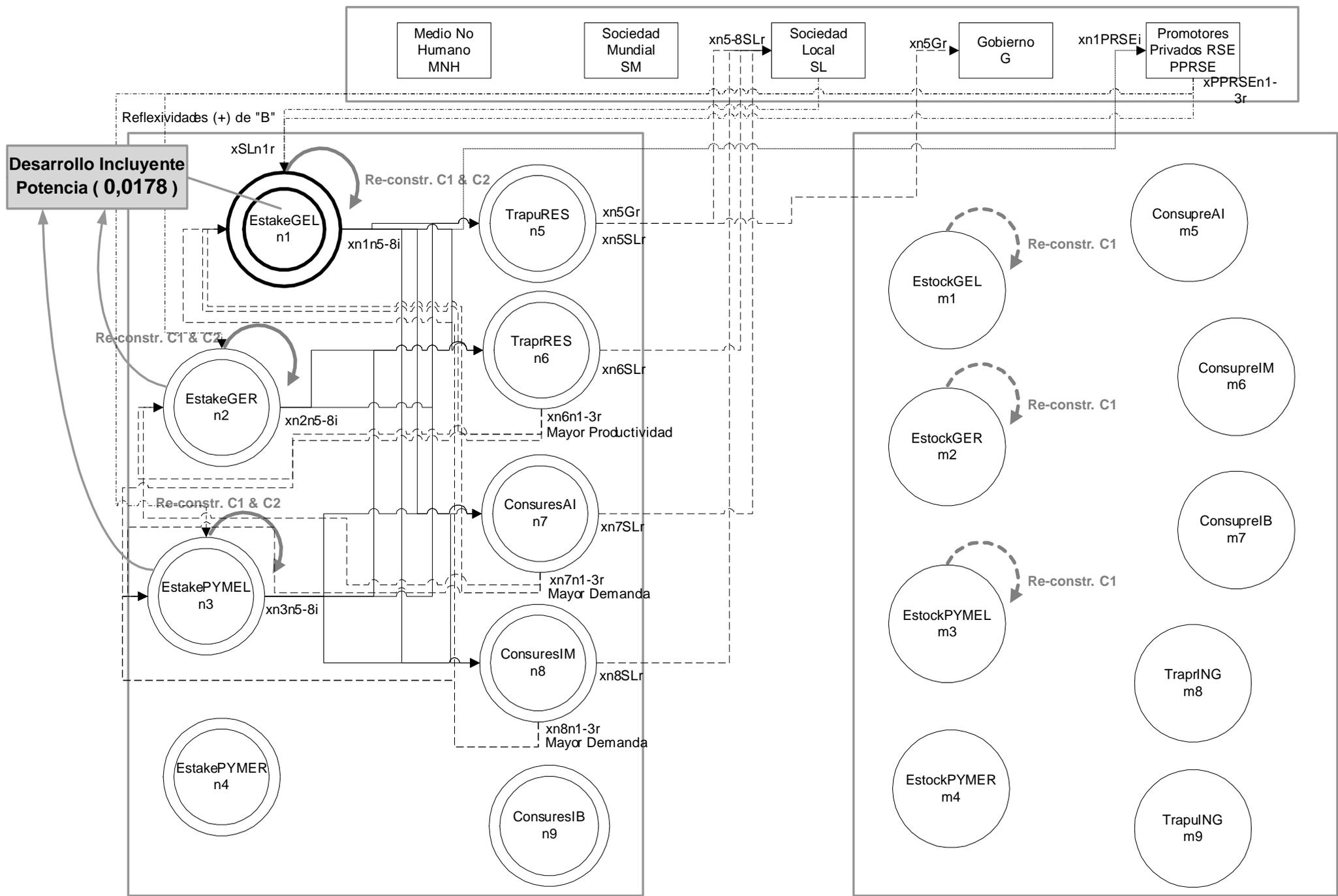
TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	

t + 1

Anexo VI
Análisis de Redes
y Matrices Sociométricas



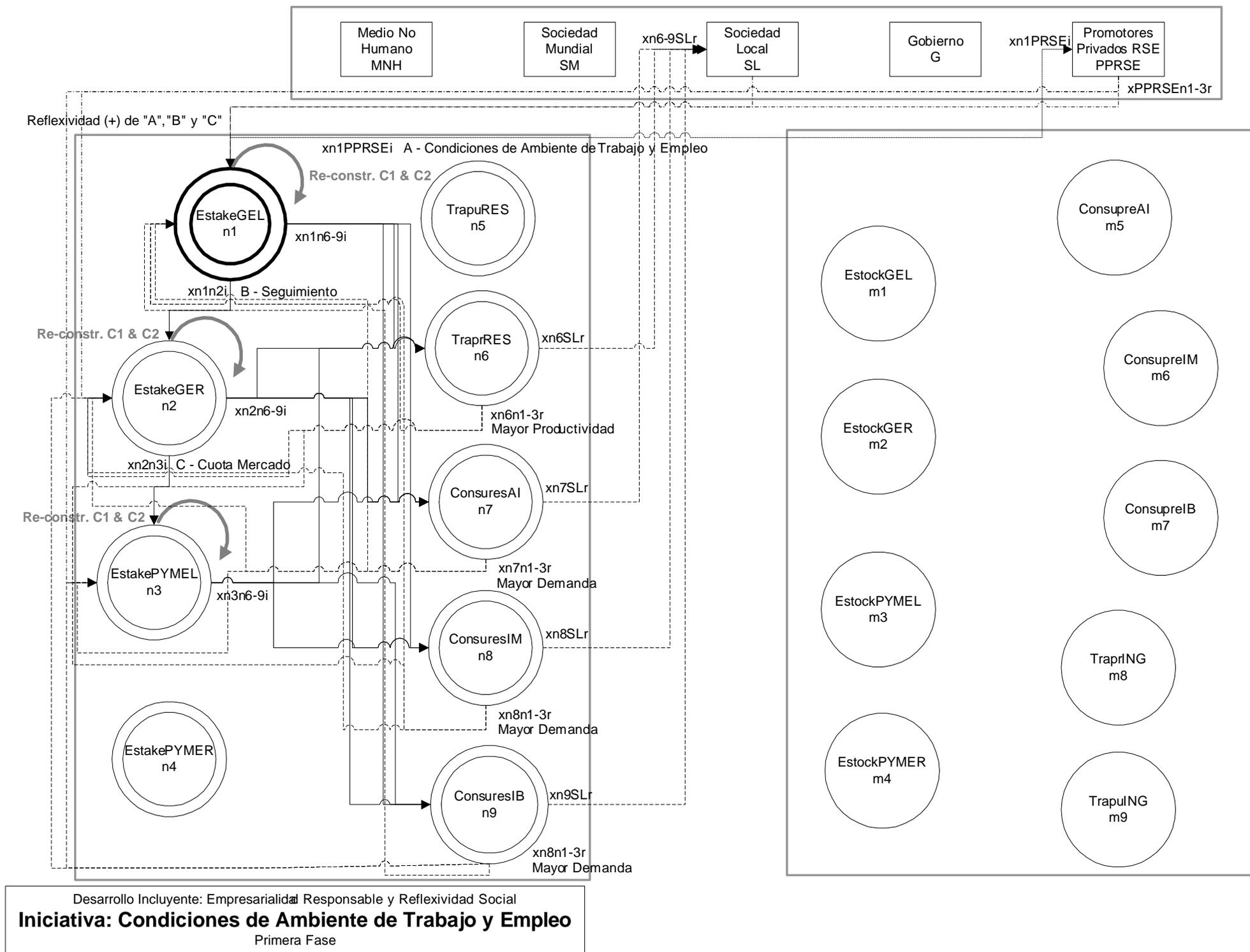
Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Iniciativa: Valores y Principios Éticos
 Primera Fase



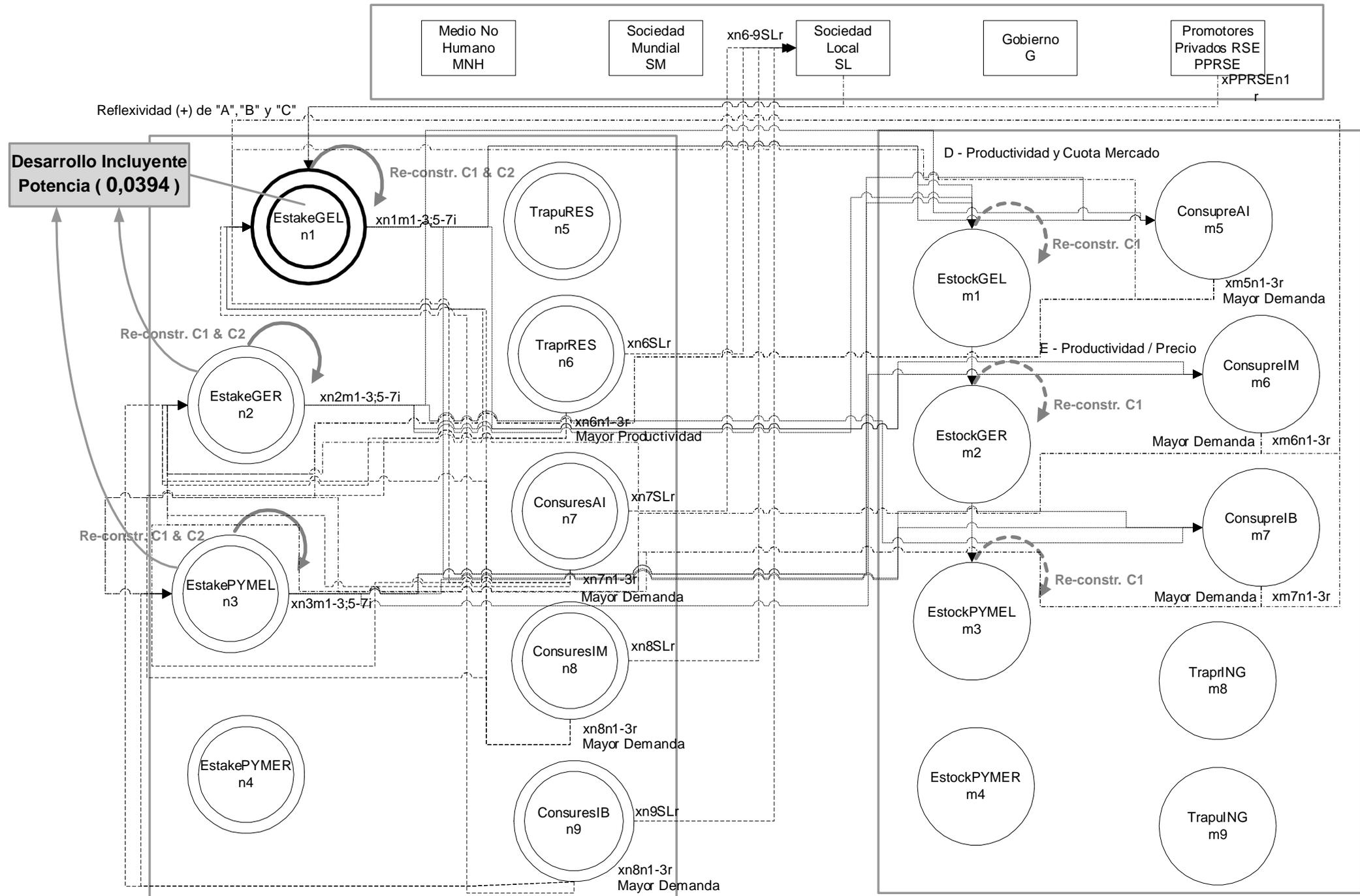
Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social

Iniciativa: Valores y Principios Éticos

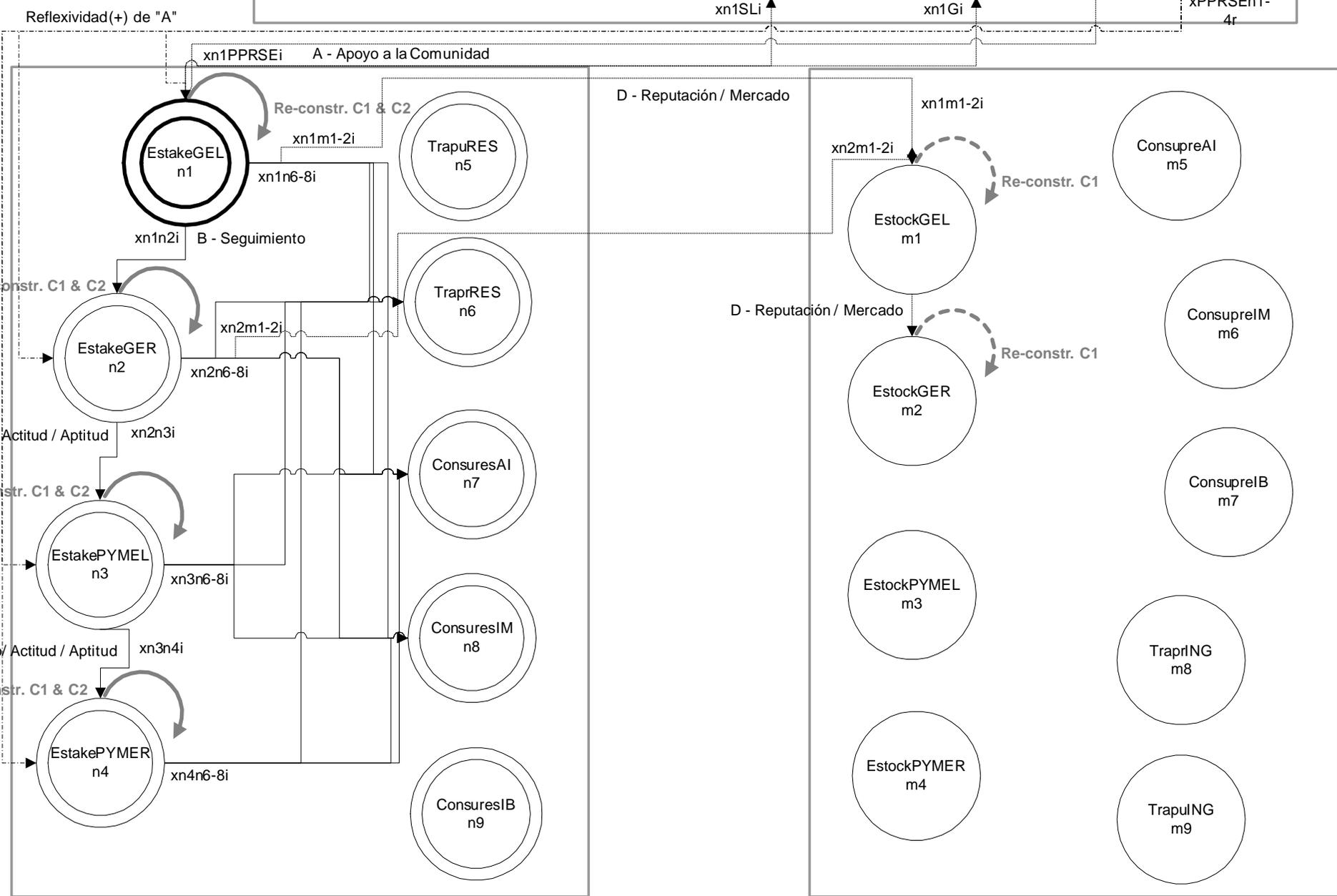
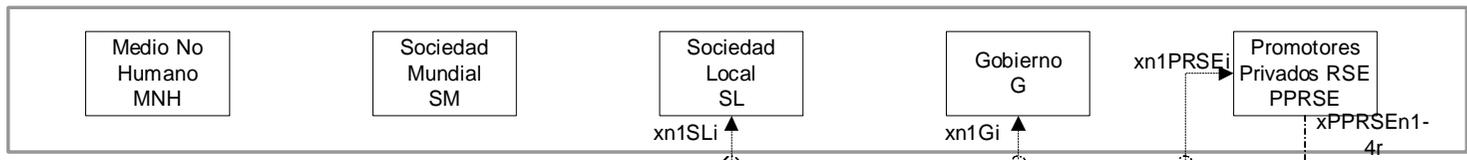
Segunda Fase



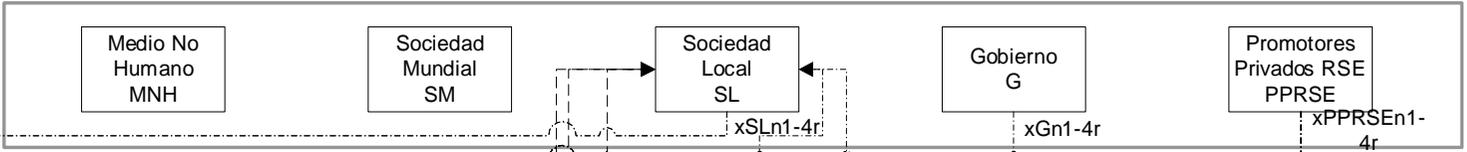
Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Iniciativa: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo
 Primera Fase



Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Iniciativa: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo
 Segunda Fase

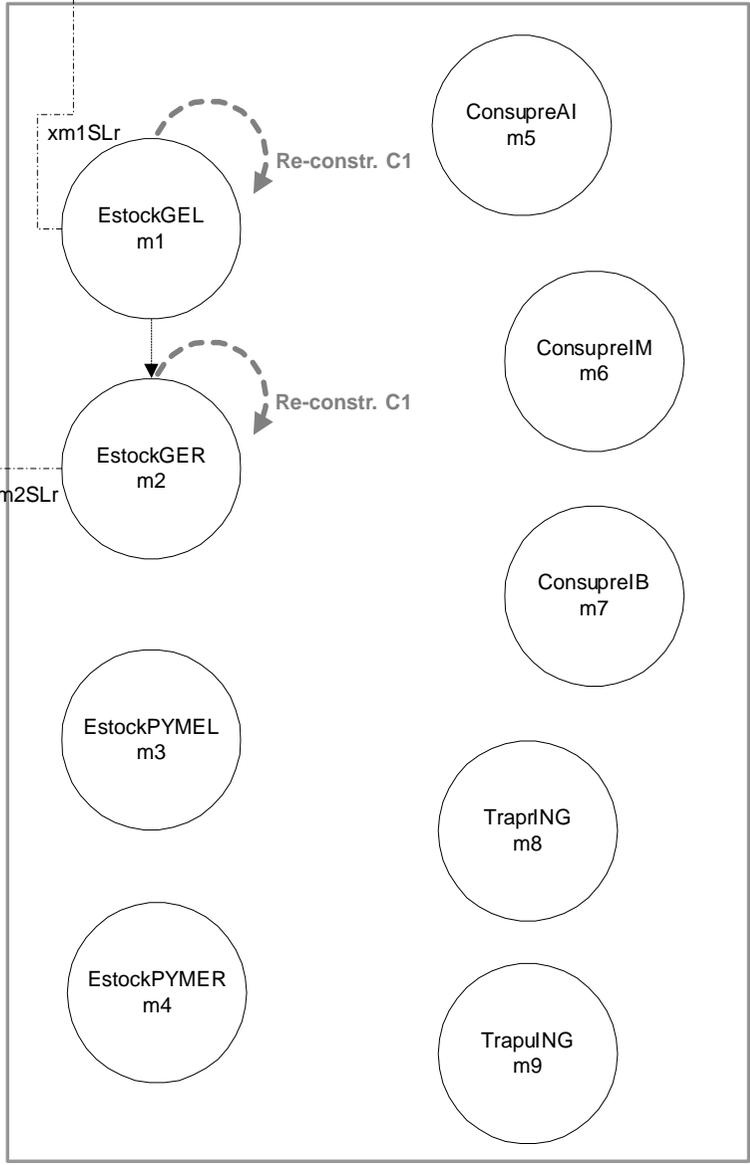
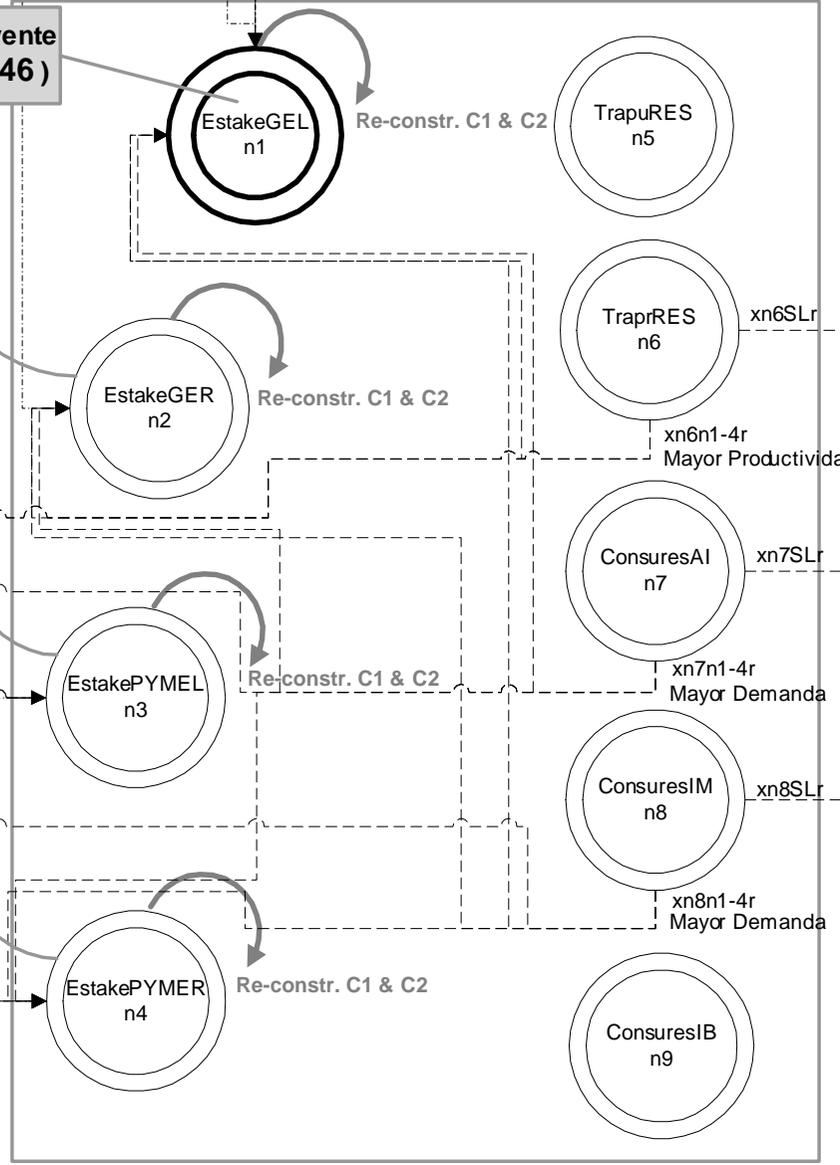


Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Iniciativa: Apoyo a la Comunidad
 Primera Fase

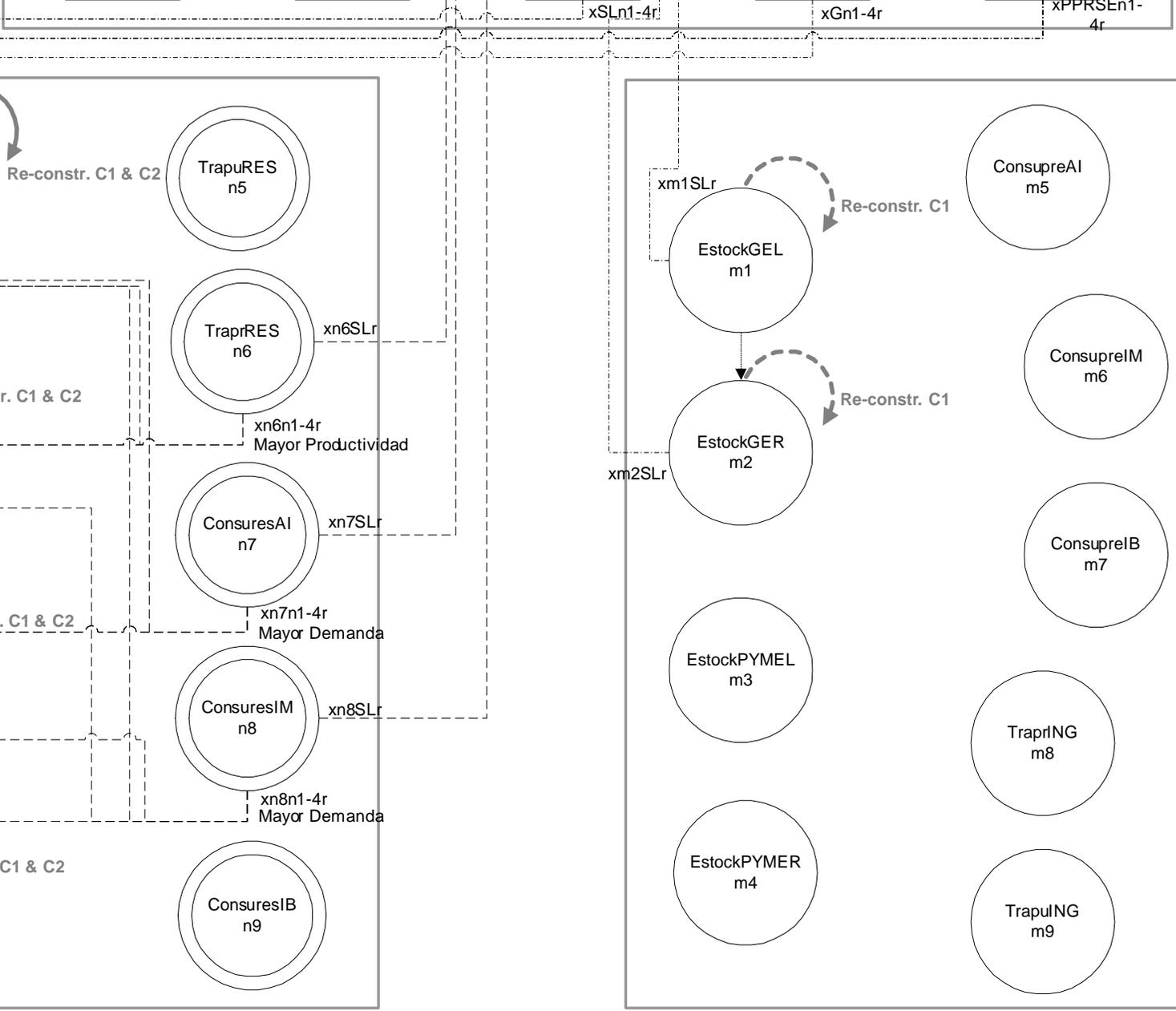


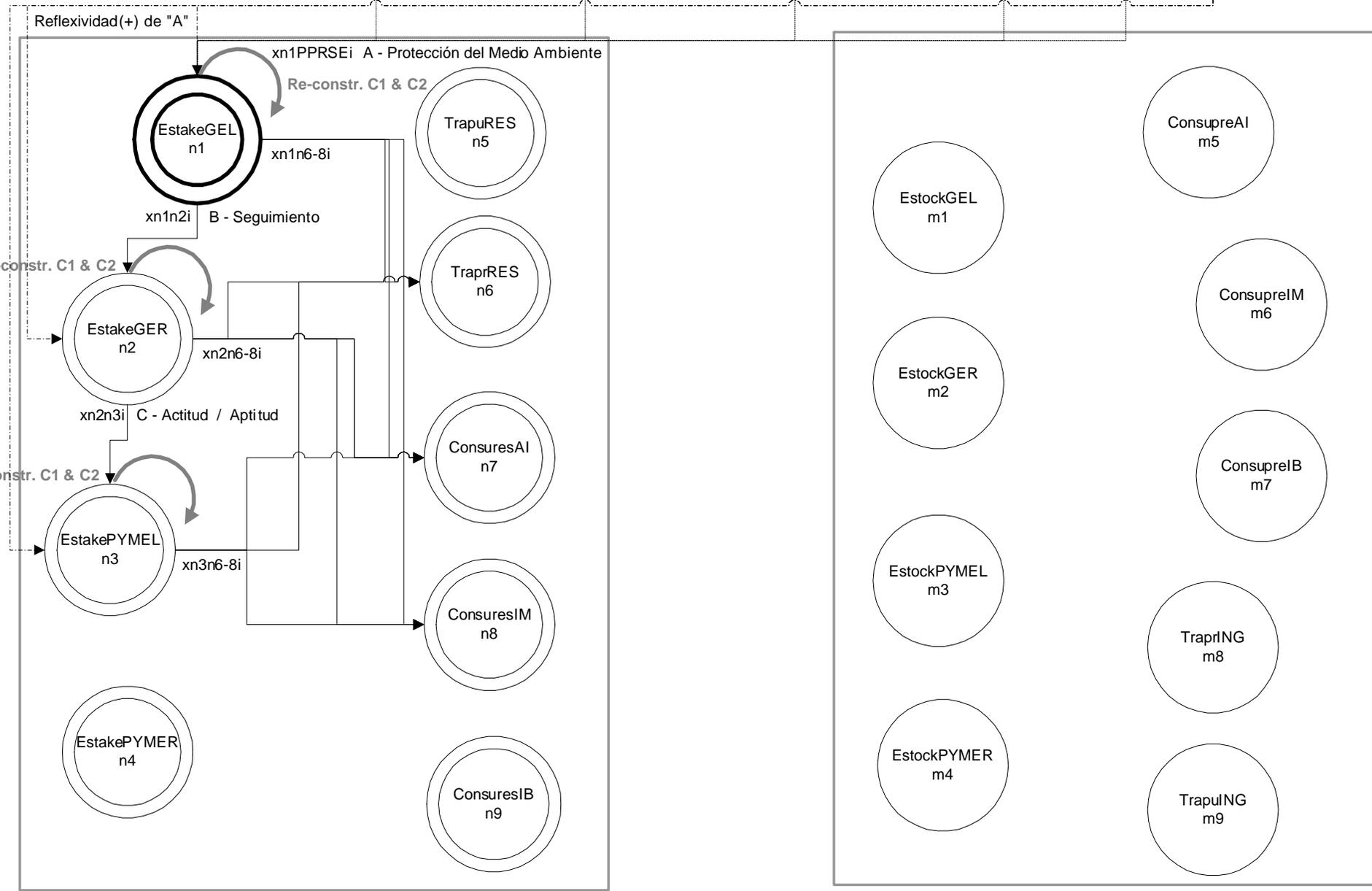
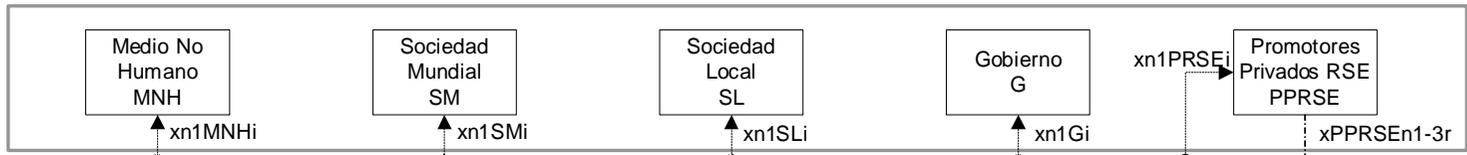
Reflexividad (+) de "A", "B", "C" y "D"

**Desarrollo Incluyente
Potencia (0,0346)**

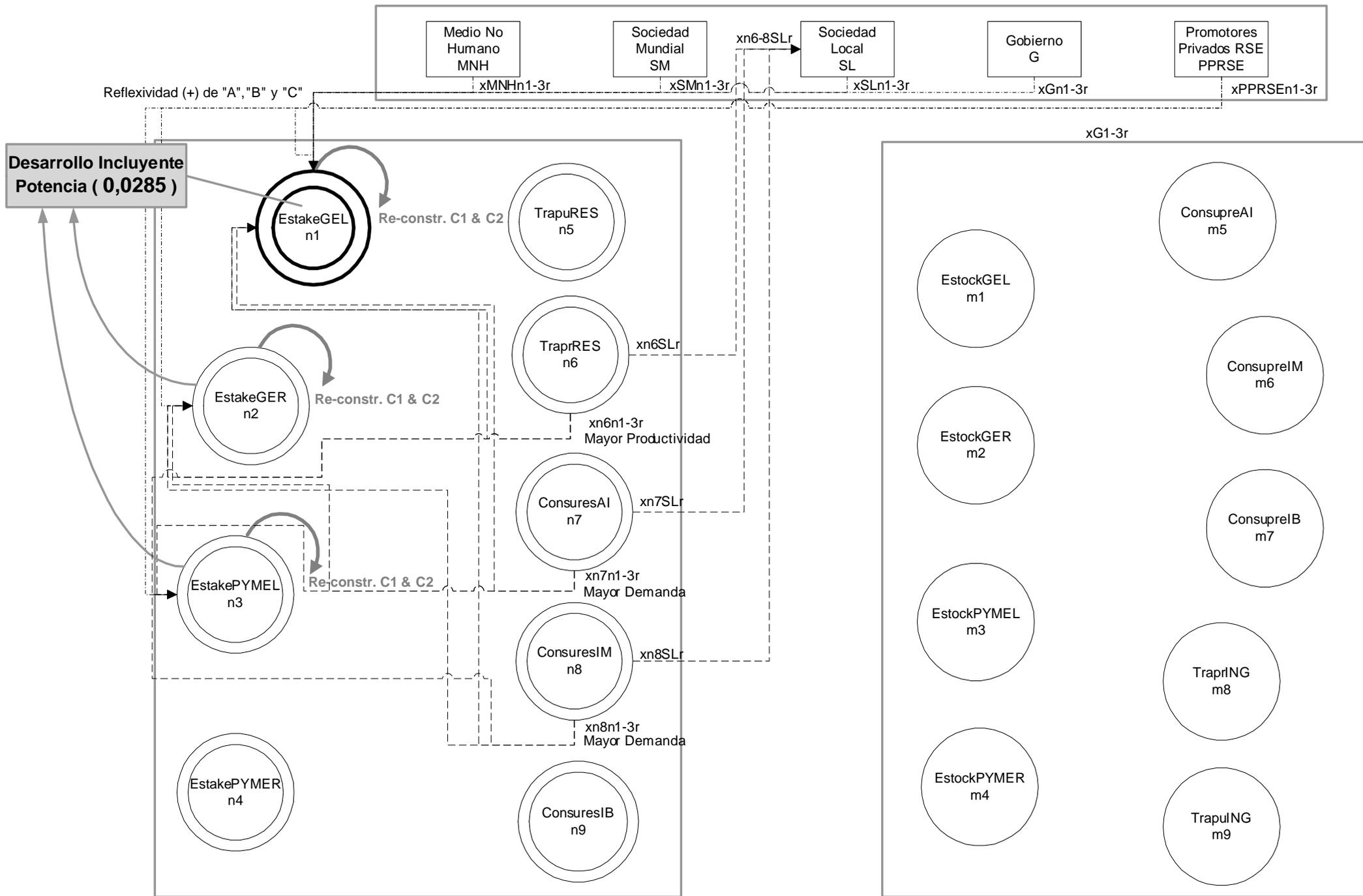


Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Iniciativa: Apoyo a la Comunidad
 Segunda Fase

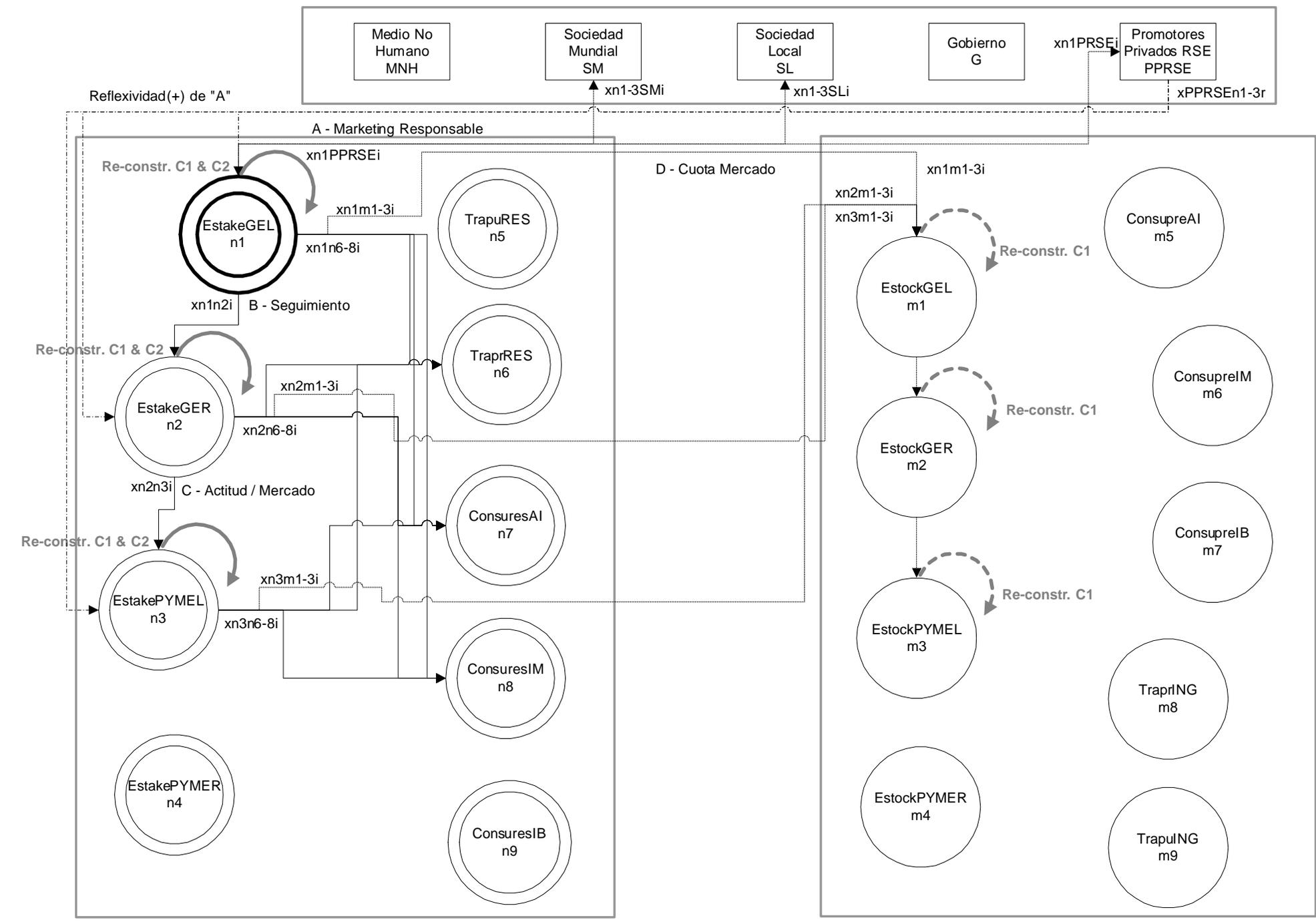




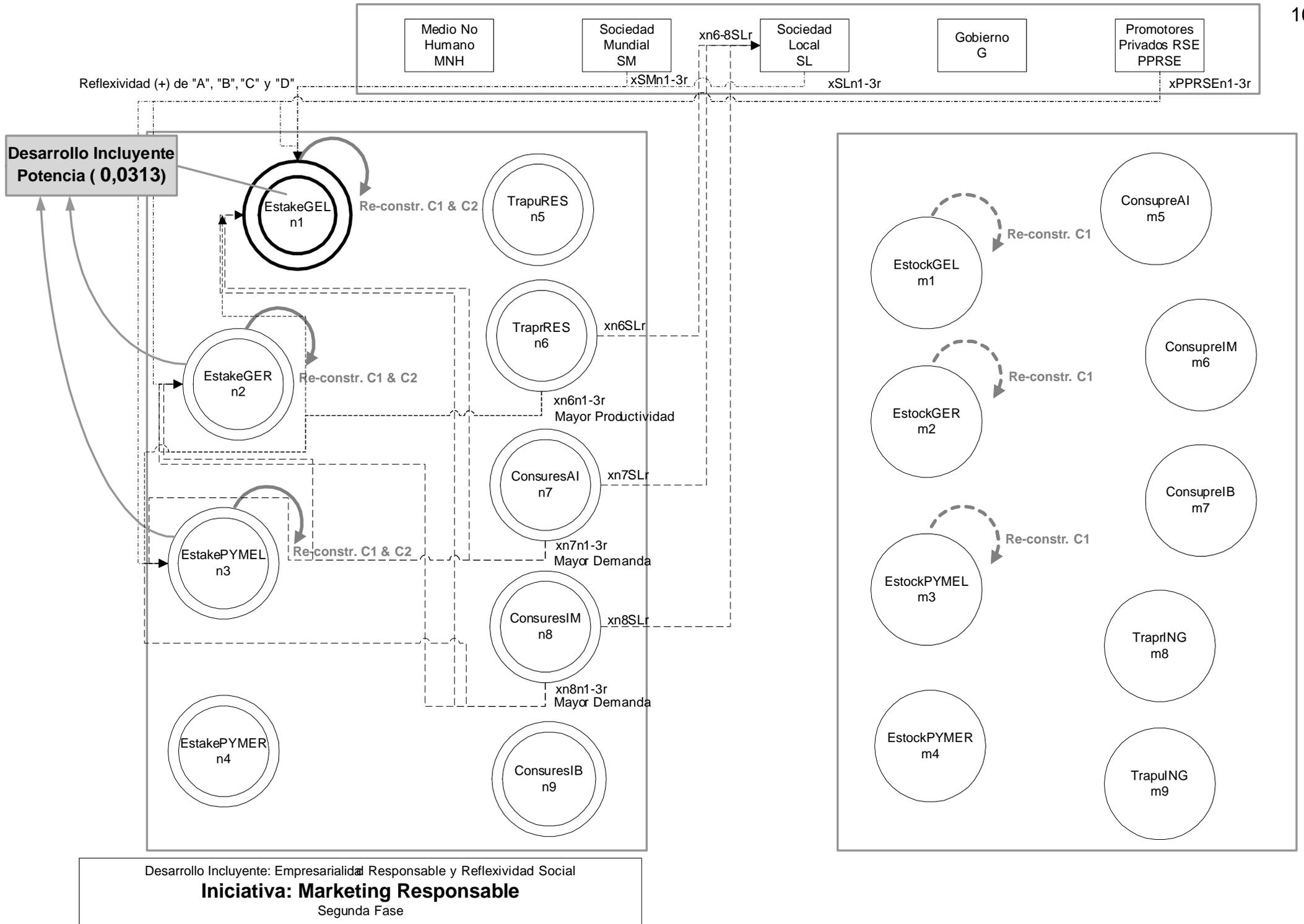
Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Iniciativa: Protección del Medio Ambiente
 Primera Fase



Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Iniciativa: Protección del Medio Ambiente
 Segunda Fase



Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Iniciativa: Marketing Responsable
 Primera Fase



Matriz Xvpe.p

Matriz Potencia de Iniciativa de RSE: Valores y Principios Éticos

(Escala ascendente de 0 a 10; No reflexividad (+) relevante = 0; Máxima reflexividad (+) = 10)

$$Xvpe.p = [x_{ij} = (x_{ij} \text{ de } Xvpe.i)(x_{ij} \text{ de } X'vpe.r)] \left[\begin{array}{l} i = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \\ j = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \end{array} \right]$$

Agentes	xn1	xn2	xn3	xn4	xn5	xn6	xn7	xn8	xn9	xm1	xm2	xm3	xm4	xm5	xm6	xm7	xm8	xm9	MNH	SM	SL	G	PPRSE
xn1	25	16	20	0	10	12	24	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	9	4	25
xn2	0	25	20	0	10	12	24	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	9	6	25
xn3	0	0	25	0	15	16	30	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	9	10	25
xn4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MNH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PPRSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Potencia de Desarrollo Incluyente de Iniciativa de RSE: Valores y Principios Éticos

$$\text{Potencia DI}_{\text{Iniciativa RSE: Valores y Principios Éticos}} = \sum x_{ij} \text{ de } Xvpe.p / \text{Max} (\sum x_{ij} \text{ de } Xvpe.p)$$

$$\text{Potencia DI}_{\text{Iniciativa RSE: Valores y Principios Éticos}} = 472 / 26450 =$$

0,01784

Matriz Xate.p

Matriz Potencia de Iniciativa de RSE: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo

(Escala ascendente de 0 a 10; No reflexividad (+) relevante = 0; Máxima reflexividad (+) = 10)

$$Xate.p = [x_{ij} = (x_{ij} \text{ de Xate.i})(x_{ij} \text{ de X'ate.r})] \left[\begin{array}{l} i = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \\ j = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \end{array} \right]$$

Agentes	xn1	xn2	xn3	xn4	xn5	xn6	xn7	xn8	xn9	xm1	xm2	xm3	xm4	xm5	xm6	xm7	xm8	xm9	MNH	SM	SL	G	PPRSE
xn1	36	24	28	0	0	56	30	30	42	0	0	0	0	20	20	20	0	0	0	9	25	0	16
xn2	0	36	28	0	0	56	30	30	42	0	0	0	0	20	20	20	0	0	0	9	25	0	16
xn3	0	0	36	0	0	56	30	36	42	0	0	0	0	20	20	20	0	0	0	4	25	0	16
xn4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MNH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PPRSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Potencia de Desarrollo Incluyente de Iniciativa de RSE: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo

$$\text{Potencia DI}_{\text{Iniciativa RSE: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo}} = \sum x_{ij} \text{ de Xate.p} / \text{Max} (\sum x_{ij} \text{ de Xate.p})$$

$$\text{Potencia DI}_{\text{Iniciativa RSE: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo}} = 1041 / 26450 = \boxed{0,0394}$$

Matriz Xac.p

Matriz Potencia de Iniciativa de RSE: Apoyo a la Comunidad

(Escala ascendente de 0 a 10; No reflexividad (+) relevante = 0; Máxima reflexividad (+) = 10)

$$Xac.p = [x_{ij} = (x_{ij} \text{ de } Xac.i)(x_{ij} \text{ de } X'ac.r)]$$

$$i = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE$$

$$j = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE$$

Agentes	xn1	xn2	xn3	xn4	xn5	xn6	xn7	xn8	xn9	xm1	xm2	xm3	xm4	xm5	xm6	xm7	xm8	xm9	MNH	SM	SL	G	PPRSE
xn1	16	24	24	28	0	12	56	12	0	6	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36	4	25
xn2	0	16	24	28	0	12	56	12	0	6	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36	4	25
xn3	0	0	16	32	0	12	56	16	0	4	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	42	16	25
xn4	0	0	0	24	0	16	56	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	42	16	25
xn5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MNH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PPRSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Potencia de Desarrollo Incluyente de Iniciativa de RSE: Apoyo a la Comunidad

$$\text{Potencia } DI_{\text{Iniciativa RSE: Apoyo a la Comunidad}} = \frac{\sum x_{ij} \text{ de } Xac.p}{\text{Max} (\sum x_{ij} \text{ de } Xac.p)}$$

$$\text{Potencia } DI_{\text{Iniciativa RSE: Apoyo a la Comunidad}} = \frac{916}{26450} = \boxed{0,03463}$$

Matriz Xpma.p

Matriz Potencia de Iniciativa de RSE: Protección del Medio Ambiente

(Escala ascendente de 0 a 10; No reflexividad (+) relevante = 0; Máxima reflexividad (+) = 10)

$$Xpma.p = [x_{ij} = (x_{ij} \text{ de } Xpma.i)(x_{ij} \text{ de } X'pma.r)] \left[\begin{array}{l} i = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \\ j = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \end{array} \right]$$

Agentes	xn1	xn2	xn3	xn4	xn5	xn6	xn7	xn8	xn9	xm1	xm2	xm3	xm4	xm5	xm6	xm7	xm8	xm9	MNH	SM	SL	G	PPRSE
xn1	48	24	24	0	0	12	49	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36	25	15	12	25
xn2	0	48	24	0	0	12	49	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36	25	15	12	25
xn3	0	0	48	0	0	16	49	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36	9	15	12	25
xn4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MNH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PPRSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Potencia de Desarrollo Incluyente de Iniciativa de RSE: Protección del Medio Ambiente

$$\text{Potencia } DI_{\text{Iniciativa RSE: Protección del Medio Ambiente}} = \sum x_{ij} \text{ de } Xpma.p / \text{Max} (\sum x_{ij} \text{ de } Xpma.p)$$

$$\text{Potencia } DI_{\text{Iniciativa RSE: Protección del Medio Ambiente}} = 753 / 26450 = \boxed{0,02847}$$

Matriz Xmr.p

Matriz Potencia de Iniciativa de RSE: Marketing Responsable

(Escala ascendente de 0 a 10; No reflexividad (+) relevante = 0; Máxima reflexividad (+) = 10)

$$Xmr.p = [x_{ij} = (x_{ij} \text{ de } Xmr.i)(x_{ij} \text{ de } X'mr.r)] \left[\begin{array}{l} i = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \\ j = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \end{array} \right]$$

Agentes	xn1	xn2	xn3	xn4	xn5	xn6	xn7	xn8	xn9	xm1	xm2	xm3	xm4	xm5	xm6	xm7	xm8	xm9	MNH	SM	SL	G	PPRSE
xn1	49	30	30	0	0	30	48	42	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	25	0	25
xn2	0	49	30	0	0	30	48	42	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	25	0	25
xn3	0	0	49	0	0	30	48	42	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	42	0	25
xn4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0
xm7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0
xm8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0
xm9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0
MNH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PPRSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Potencia de Desarrollo Incluyente de Iniciativa de RSE: Marketing Responsable

$$\text{Potencia } DI_{\text{Iniciativa RSE: Marketing Responsable}} = \sum x_{ij} \text{ de } Xmr.p / \text{Max} (\sum x_{ij} \text{ de } Xmr.p)$$

$$\text{Potencia } DI_{\text{Iniciativa RSE: Marketing Responsable}} = 827 / 26450 = \boxed{0,03127}$$

Anexo VII
Estudio de Casos:
España - Libro Blanco de la RSE

Estudio de Casos

Libro Blanco de la RSE en España¹

(Recomendaciones reordenadas según tipo de iniciativas)

- I Relativas a iniciativas de “Valores y Principios Éticos «RSE_{VPE}»”**
- I.1 Fomentar medidas de autorregulación empresarial sectorial, impulsadas por las asociaciones empresariales sectoriales. El desarrollo de la RSE requiere cada vez más un enfoque sectorial.(1)²
- I.2 Promover acciones de sensibilización, formación e intercambio de buenas prácticas para empresas. En particular es importante difundir los sistemas de gestión ambiental y de calidad, así como la transparencia. Estas asociaciones deben ser especialmente sensibles a las necesidades de las PYMEs, cuyo proceso de asunción de la RSE no debe ser mimético del que han seguido las grandes empresas.(2)
- I.3 Elaborar y difundir memorias de sostenibilidad, preferentemente de acuerdo a estándares reconocidos internacionalmente, como el impulsado por la *Global Reporting Initiative*.(4)
- I.4 Intensificar la transparencia y el buen Gobierno de las empresas, asumiendo las directrices del Código de la Comisión Nacional del Mercado de Valores.(5)

¹ Difusión pública del 13 de Diciembre de 2006. Información extraída del informe de la Subcomisión para potenciar y promover la RSE, creada en el seno de la Comisión de Trabajo y Asuntos Sociales del Congreso de los Diputados, de 4 de agosto de 2006. Boletín Oficial de las Cortes Generales N° 424, pp.112-120.

² Número original de la recomendación.

- I.5 Impulsar la elaboración de la triple memoria por todas las empresas cotizadas. Recomendamos la generalización de esta práctica de transparencia informativa y trasladamos a la Comisión Nacional del Mercado de Valores, el establecimiento de esta práctica como una exigencia normativa del Código español de buen gobierno.(6)
- I.6 Implantar en las empresas sistemas de gestión que integren en la mayor medida posible los aspectos ambientales, sociales, económicos y de calidad. Un claro ejemplo de esto lo constituyen los códigos éticos y los procedimientos en materia anticorrupción.(7)
- I.7 Fomentar la incorporación en los principios y políticas empresariales, en particular en los estatutos, de los compromisos con los grupos de interés (además de los accionistas).(10)
- I.8 Promover la suscripción por las empresas Españolas de iniciativas internacionales y de convenios internacionales básicos de RSE.(18)
- I.9 Impulsar la Inversión Socialmente Responsable (ISR). Recomendamos el desarrollo de una normativa que obligue a las entidades gestoras de fondos de inversión y planes de pensiones a indicar si incorporan —o no— criterios sociales y ambientales en su análisis para la selección de inversiones, promoviendo así una mayor transparencia en el mercado financiero. Desde este punto de vista, el papel de los fondos públicos puede jugar un papel fundamental. Así en la próxima reforma del fondo de reserva de la Seguridad Social debería de estudiarse la inclusión de criterios sociales y ambientales en la gestión del mismo.(20)

- I.10 Promover un marco fiscal favorable para las empresas. Las empresas que incorporen a su gestión criterios de RSE e informen sobre ellos en base a indicadores tanto ambientales como sociales —más allá de los requisitos legales— y acrediten su realización, deberían poder beneficiarse de un tratamiento fiscal más favorable.(23)
- I.11 Regular la elaboración de memorias de sostenibilidad para las empresas del IBEX 35. La utilización de estándares internacionales de referencia, como la Guía GRI, puede ser un adecuado punto de referencia.(27)
- I.12 Regular la verificación de memorias de sostenibilidad y penalización por información engañosa. de la misma forma que se realiza para la auditoría financiera, así como de los expertos acreditados para llevarla a cabo.(28)
- I.13 Crear una estructura gubernamental de coordinación de todas las acciones relacionadas con la RSE.(31)
- I.14 Crear un Consejo que facilite que entre los diferentes grupos de interés se mantenga un diálogo multilateral permanente sobre la RSE.(32)
- I.15 Promover la Responsabilidad Social en la propia gestión de las Administraciones públicas e Instituciones dependientes.(34)
- I.16 Fomentar el desarrollo de herramientas de gestión de la RSE, como sistemas de gestión certificables o memorias de sostenibilidad.(36)
- I.17 Fomentar la creación de premios y reconocimientos para las empresas más destacadas en el ámbito de la RSE.(37)

- I.18 Promover la difusión de las buenas prácticas empresariales.(38)
- I.19 Tener voz propia en el impulso de iniciativas internacionales vinculadas a la RSE.(41)
- I.20 Participar activamente en los debates internacionales sobre la posible integración en EMAS e ISO de criterios RSE.(44)
- I.21 Promover la incorporación del análisis ISR en las decisiones de inversión. Los fondos de inversión y recursos financieros, principalmente los relacionados con actores sociales como los sindicatos y fundaciones o asociaciones, deberían ser invertidos en empresas que respeten los valores y principios que impulsan estas organizaciones.(49)
- I.22 Recomendar a las empresas de la Economía Social, Fundaciones Laborales y Cajas de Ahorro, la integración de sus políticas sociales en una estrategia global de RSE. (...) Recomendamos que estas empresas integren sus acciones responsables en una política global de RSE, configuren su reputación social como una seña distintiva de su estrategia empresarial y sirvan de ejemplo al conjunto de los sectores económicos en los que operen, para el fomento y extensión de la RSE.(51)
- I.23 Desarrollar la investigación en RSE. Para aclarar los aspectos que todavía están poco desarrollados en materia de RSE recomendamos que se sigan abriendo y se consoliden líneas de investigación en la materia en universidades y otros centros de investigación, así como su participación en redes internacionales. Una línea de interés particular es la elaboración de mecanismos de cuantificación que permitan evaluar las externalidades

y los intangibles asociados a los impactos sociales y medioambientales de la empresa.(52)

I.24 Desarrollar la formación de grado medio y superior en aspectos RSE. Dado el carácter integral de la RSE, las universidades, escuelas de negocios y centros superiores de formación deben integrar los contenidos de la RSE transversalmente en sus planes de estudios, además de posibles cursos de especialización sobre el tema que quieran desarrollar.(53)

I.25 Hacia la sociedad responsable: promover la Responsabilidad Social de todas las organizaciones. (...) El criterio de responsabilidad social puede reclamarse, con igual razón de ser, no sólo de las empresas, sino de todas las organizaciones e instituciones, en la medida que sea deseable que el principio de responsabilidad sea un criterio reconocido y asumido por el conjunto de la sociedad.(57)

II Relativas a iniciativas de “Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo « RSE_{ATE} »”

II.1 Importancia de unas relaciones laborales de calidad en la RSE. Una política de Recursos Humanos de calidad, es fundamental en una concepción integral y auténtica de la RSE. (...) Adquieren especial importancia los esfuerzos en materia de integración de la discapacidad, protección de la salud, reducción de la siniestralidad laboral, formación, fomento de la contratación indefinida y negociación colectiva en general, así como la profundización en la conciliación de la vida laboral y familiar

y la promoción de la plena e integral igualdad entre las mujeres y los hombres.(8)

- II.2 Incorporar a la RSE la adaptación y la gestión del cambio laboral. La formación permanente de los trabajadores para aumentar su empleabilidad a través de su máxima polivalencia profesional, facilita su reinserción laboral.(9)
- II.3 Fomentar la igualdad entre hombres y mujeres en todos los planos de actividad de la empresa.(11)
- II.4 La RSE forma parte de una estrategia para la mejora de la productividad. El esfuerzo por implantar estrategias de RSE en las empresas españolas y extender esta cultura empresarial a las Pequeñas y Medianas empresas, es fundamental para mejorar la productividad de nuestros sectores económicos, probablemente uno de los principales problemas de la economía española.(13)
- II.5 Implantar programas de desarrollo de proveedores. En la medida en que las empresas grandes exijan determinadas políticas o procedimientos en materia de RSE a sus proveedores, generalmente PYMEs españolas o empresas del Sur, estos requerimientos deberán ser asumidos y desarrollados.(16)
- II.6 Establecer el modelo social europeo como referencia de RSE en materia de relaciones laborales. La calidad del empleo y de las relaciones laborales es una de las esencias de la RSE. La superación de los mínimos

legalmente exigibles abre un espacio muy amplio en la verificación de la RSE en este campo.(29)

III Relativas a iniciativas de “Apoyo a la Comunidad «RSE_{AC}»”

III.1 Promover actividades de acción social de la empresa. Entendiendo que la acción social es un componente de la RSE, pero que en ningún caso la cubre en su totalidad, puede ser de gran utilidad el que las empresas realicen programas de acción social, en la medida de sus posibilidades, y lo hagan con criterios empresariales y de manera coherente con la actividad que realizan. (15)

III.2 Bonificaciones en la Seguridad Social como instrumento de integración. Las bonificaciones en las cuotas de la Seguridad Social, creadas en 1998 para favorecer la integración de las personas con más dificultades, o menos representadas en el mercado laboral, entre ellas las mujeres víctimas de violencia doméstica, las personas con discapacidad, los jóvenes, las mujeres tras la maternidad, la conversión de contratos temporales en fijos, los parados de larga duración y otros, han mostrado una alta efectividad.(22)

III.3 Mejorar el marco legislativo que regula el empleo de las personas con discapacidad y regular el acceso al trabajo de personas en situación o en riesgo de exclusión social.(30)

III.4 Impulsar el desarrollo de la RSE en los ámbitos autonómicos y locales. Determinadas políticas de fomento a la RSE tienen un campo específicamente local, como por ejemplo la implicación de las PYMEs,

la información y la formación a los empresarios locales, la creación de redes de comunicación e intercambio de prácticas de RSE, etc. Por todo ello, recomendamos la puesta en marcha de políticas de fomento de la responsabilidad social en el ámbito autonómico.(33)

III.5 Desarrollar un diálogo fluido de las instituciones locales con las empresas. La colaboración de las empresas en la inserción laboral de la discapacidad, o del fracaso escolar, o en la promoción de centros o viveros empresariales de primera experiencia, es fundamental.(35)

III.6 Respalda las iniciativas promovidas por la sociedad civil para el fortalecimiento de la RSE. En esta línea, se recomienda la realización de campañas de comunicación en los medios audiovisuales de titularidad pública sobre la importancia de la integración voluntaria de la Responsabilidad Social de las Empresas en la cultura organizativa, y sobre los beneficios empresariales y sociales que se derivan de la misma.(39)

III.7 Ayudar a las Organizaciones No Gubernamentales a que desarrollen políticas de Fomento y expansión de la RSE. (...) Recomendamos a todas las Administraciones públicas que integren a las ONGs conectadas con la RSE en aquellos aspectos específicos en el que están involucradas y a los que pueden contribuir, así como también en el diálogo multilateral de los grupos de interés cuando este instrumento se considere conveniente para el desarrollo de las políticas públicas de apoyo y fomento de la RSE.(47)

III.8 Liderar iniciativas para promover Alianzas Público Privadas para el desarrollo vinculadas a la agenda de la RSE y los Objetivos del Milenio. Favorecer el desarrollo de partenariados público-privados para afrontar algunos de los temas de la agenda de la RSE debería ser un componente de una política pública de fomento de la RSE.(48)

III.9 Incorporar criterios de responsabilidad a la gestión de las organizaciones del tercer sector. (...) Deben promoverse y apoyarse aquellas iniciativas orientadas a la incorporación de los criterios de gestión responsable en las organizaciones no lucrativas; apoyar aquellas ofertas solventes de formación que comporten una mejora en sus capacidades de gestión; fortalecer y promover prácticas y criterios de buen gobierno y de transparencia en estas organizaciones. Asimismo deben potenciarse y facilitarse las iniciativas de partenariado entre empresas y tercer sector.(56)

IV Relativas a iniciativas de “Protección del Medio Ambiente «RSE_{PMA}»”

IV.1 Creación de bancos de proyectos de cooperación al desarrollo, (...) para que las pequeñas y medianas empresas puedan participar agrupadamente en proyectos, que debieran coordinarse desde la agencia de Cooperación al Desarrollo, o bien desde las Cámaras de Comercio, o las asociaciones empresariales.(3)

- IV.2 Promover reducciones fiscales para los inversores que inviertan en fondos específicamente destinados a financiar actividades económicas beneficiosas para el medio ambiente.(21)
- IV.3 Regulación de determinados temas de la RSE (derechos humanos, medio ambiente), principalmente vía convenios internacionales. Con el objetivo de garantizar que determinados mínimos incuestionables, particularmente en materia de derechos humanos y en materia ambiental, sean respetados por las empresas independientemente del país en el que operen, el gobierno debe participar activamente en las negociaciones de convenios internacionales.(26)
- IV.4 Promover los valores de la RSE en la educación a todos los niveles. El impulso de los valores medioambientales y sociales a todos los niveles educativos es imprescindible.(40)
- IV.5 Establecer criterios de RSE en la adjudicación de ayudas y créditos FAD, así como en la participación de operaciones de conversión de deuda por inversiones. A tal fin, la Agencia Española debe integrar la RSE como uno de sus ejes fundamentales de acción exterior y debe articular con las empresas españolas que operan en países que reciben ayuda de Cooperación, para producir sinergias que multipliquen sus efectos. En ese contexto, recomendamos que los créditos FAD y la participación en operaciones de conversión de deuda por inversiones, sean integrados con criterios de RSE en la Ayuda Oficial al Desarrollo, teniendo en cuenta el desarrollo de los mecanismos para objetivar y acreditar la RSE.(42)

IV.6 Incluir la RSE como criterio valorativo en la concesión de ayudas públicas a las empresas españolas que tengan actividad en el exterior. A través del crédito o el apoyo a la exportación y la inversión española en el extranjero, el gobierno es corresponsable de la conducta de las empresas españolas en otros países. Por eso, deberían asegurar que respetan y fomentan el desarrollo social y medioambiental de las comunidades en las que trabajan, teniendo en cuenta el desarrollo de los mecanismos para objetivar y acreditar la RSE.(43)

V Relativas a iniciativas de “Marketing Responsable «RSE_{MR}»”

V.1 Promover la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) para generar productos y servicios innovadores relacionados con las nuevas demandas sociales.(12)

V.2 Concebir la RSE como una exigencia de la competitividad global. La RSE forma parte esencial de una estrategia empresarial en la que la tendencia a la excelencia impregna sus relaciones con todos sus grupos de interés.(14)

V.3 Elaborar una política de compras y contrataciones que premie la RSE de las empresas proveedoras. Ejemplos de esto pueden ser la contratación de empresas de inserción o centros especiales de empleo o la compra de productos de comercio justo para uso interno o regalos de empresa.(17)

V.4 Comprometer con la RSE a todas las empresas españolas que operan en América Latina. Es muy importante que mejore la implicación de las

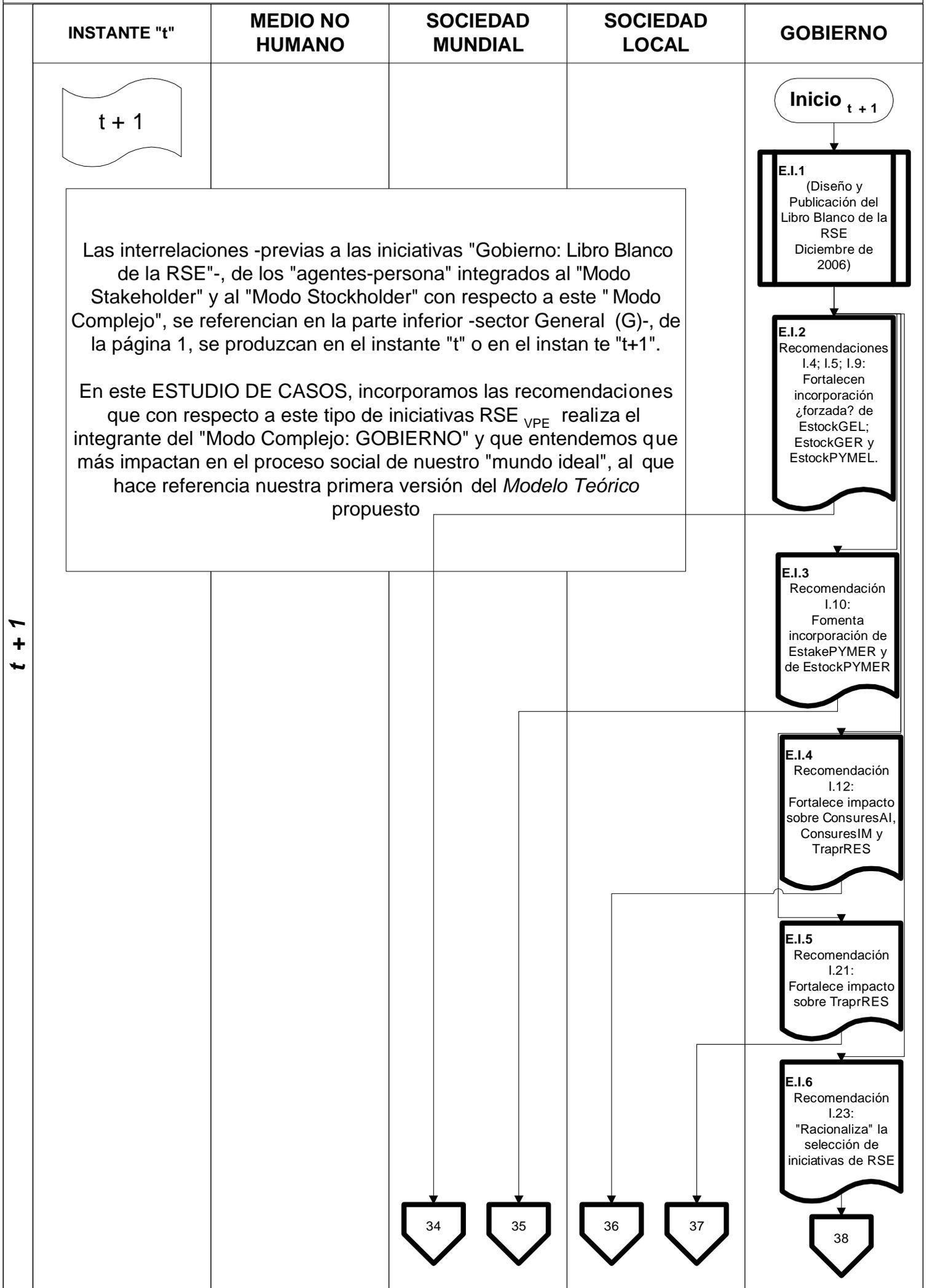
empresas españolas con la población latinoamericana y que aumente su prestigio y consideración social.(19)

- V.5 Incluir en los pliegos públicos de compras y contrataciones aspectos que premien la RSE. La compra y contratación públicas deben ser claras herramientas para el impulso de la RSE. Claros ejemplos de esto pueden ser la inclusión de cláusulas sociales que permitan discriminar positivamente a favor de las empresas de inserción o de los productos de comercio justo.(24)
- V.6 Fortalecer el Punto Nacional de Contacto de la OCDE (...) para que sirva de instrumento promotor de los contenidos de las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales.(25)
- V.7 Promover la adopción de principios de RSE por parte de las instituciones gubernamentales españolas relacionadas con países del Sur. Dado el impacto de las empresas españolas en las condiciones de vida de los países del Sur, es muy importante que incorporen la perspectiva de RSE y su contribución a los Objetivos del Milenio (ODM) en sus estrategias de internacionalización.(45)
- V.8 Fortalecer al movimiento asociativo de los consumidores. Para ello, recomendamos a las Administraciones públicas que adopten medidas encaminadas a fortalecer las organizaciones cívicas de consumo, así como a favorecer iniciativas empresariales encaminadas a informar a los consumidores y a autorregularse respecto a las exigencias del consumo responsable.(46)

- V.9 Realización de campañas de difusión del Consumo Responsable. Las asociaciones de consumidores, junto a otras organizaciones de la sociedad civil, pueden desarrollar un papel fundamental en la promoción del consumo responsable. Para ello deberían brindar información clara y suficiente a los consumidores sobre los productos y las empresas socialmente más responsables, promoviendo por ejemplo las eco-etiquetas y el sello de comercio justo, además del reconocimiento de las empresas certificadas.(50)
- V.10 Mayor implicación de los medios de comunicación. Los medios de comunicación juegan un papel crucial en la creación de la agenda de la RSE. Sería deseable que dieran mayor cobertura a los temas relacionados con la RSE, incluyendo espacios de información fija sobre el desempeño empresarial en la materia, tanto sobre las prácticas irresponsables como sobre los comportamientos responsables más destacables.(54)
- V.11 Fomentar que los medios de comunicación den cobertura informativa a los comportamientos empresariales que tengan relevancia en materia de responsabilidad social. Una sociedad de ciudadanos, libres, maduros, capaces de discernir en sus decisiones económicas, o de consumo, es fundamental para la expansión de la RSE.(55)

A continuación, se incorporan aquellas páginas del Análisis de Procesos -detallado en el Anexo V-, que han sido modificadas por los impactos de las Recomendaciones del Libro Blanco de la RSE.

Complementariamente, se adjuntan las 10 páginas del Análisis de Redes y las 15 matrices sociométricas correspondientes al Estudio de Casos.



t + 1

Inicio $t + 1$

E.I.1
(Diseño y Publicación del Libro Blanco de la RSE Diciembre de 2006)

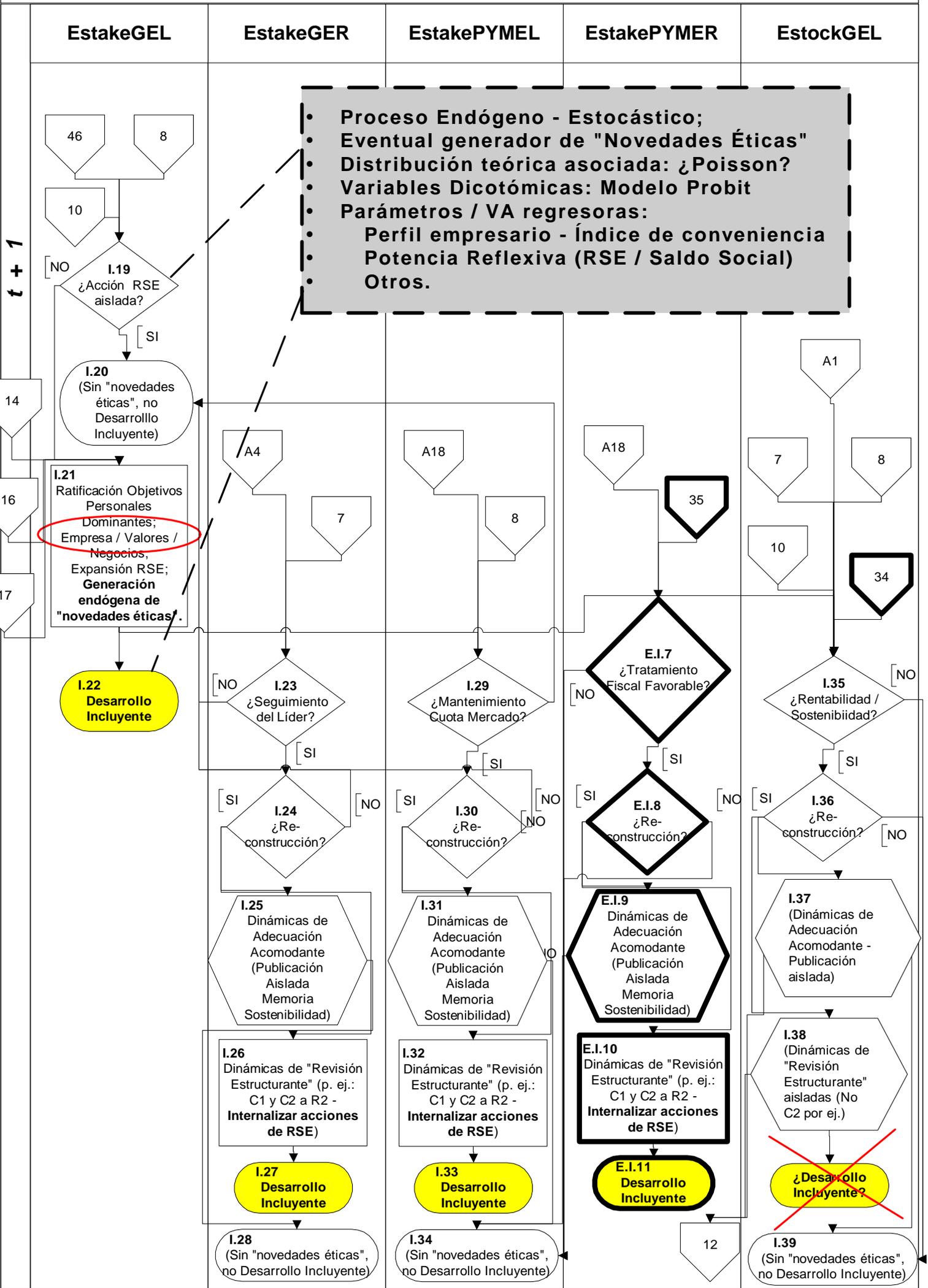
E.I.2
Recomendaciones I.4; I.5; I.9: Fortalecen incorporación ¿forzada? de EstockGEL; EstockGER y EstockPYMEL.

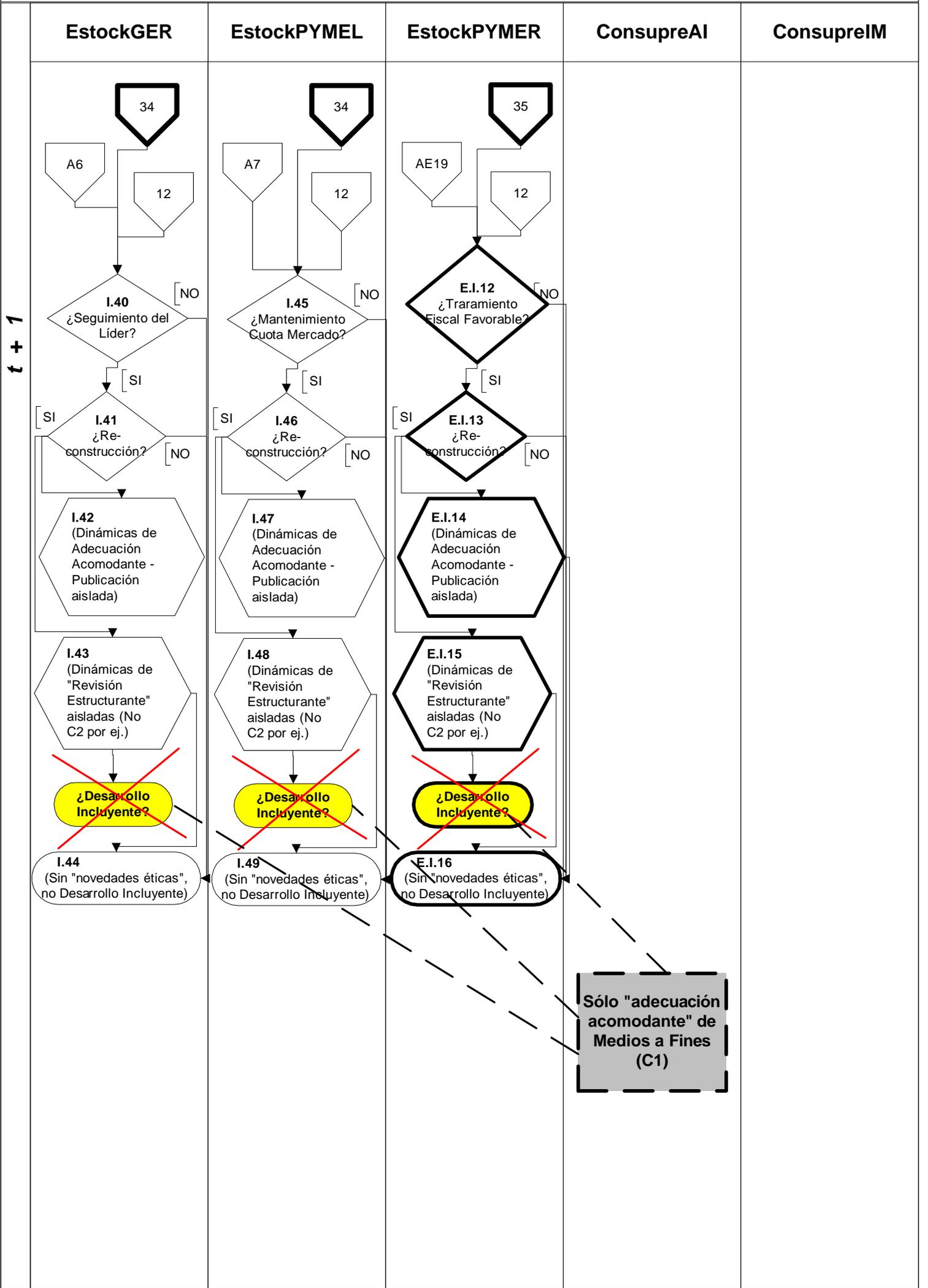
E.I.3
Recomendación I.10: Fomenta incorporación de EstakePYMER y de EstockPYMER

E.I.4
Recomendación I.12: Fortalece impacto sobre ConsuresAI, ConsuresIM y TraprRES

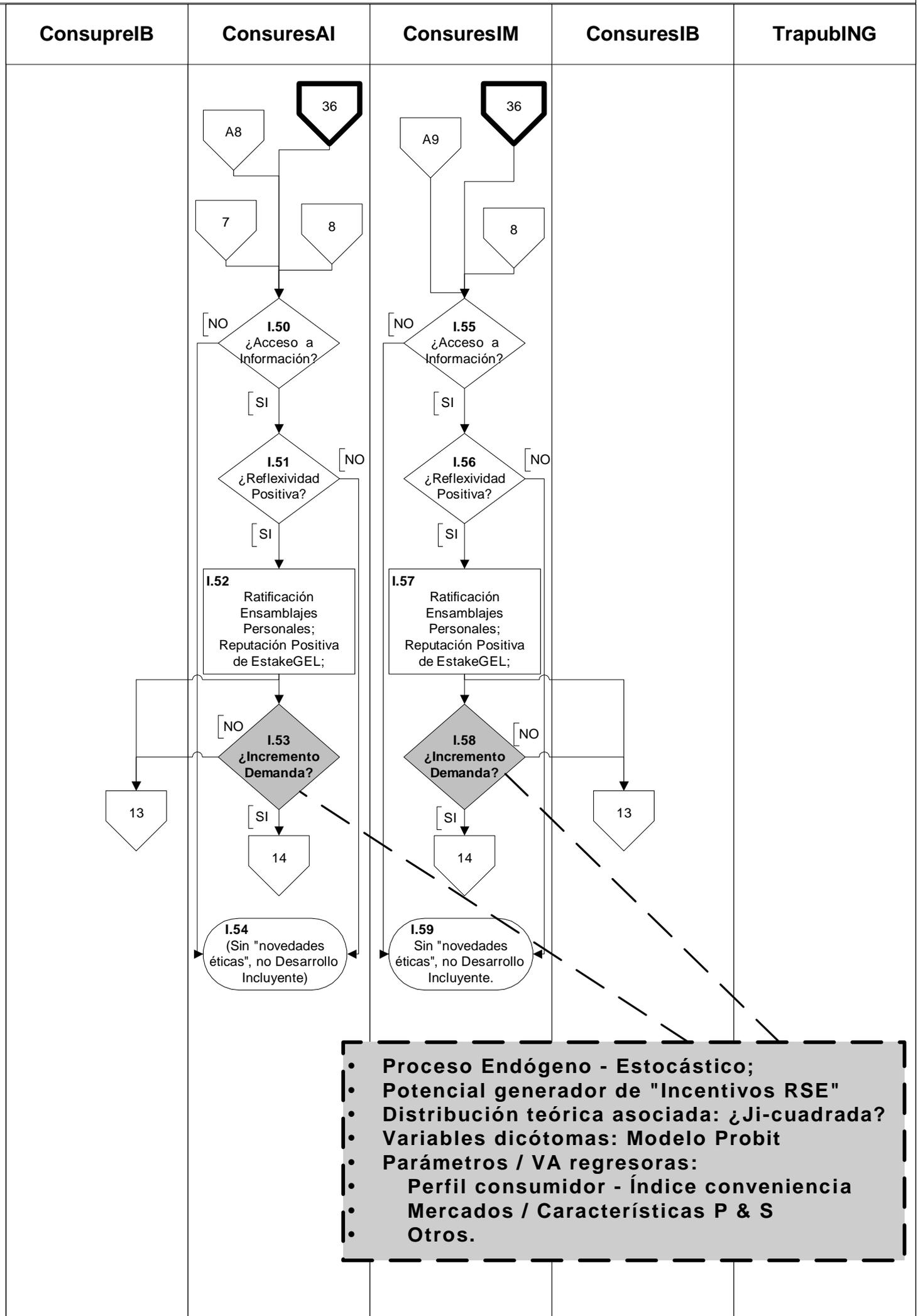
E.I.5
Recomendación I.21: Fortalece impacto sobre TraprRES

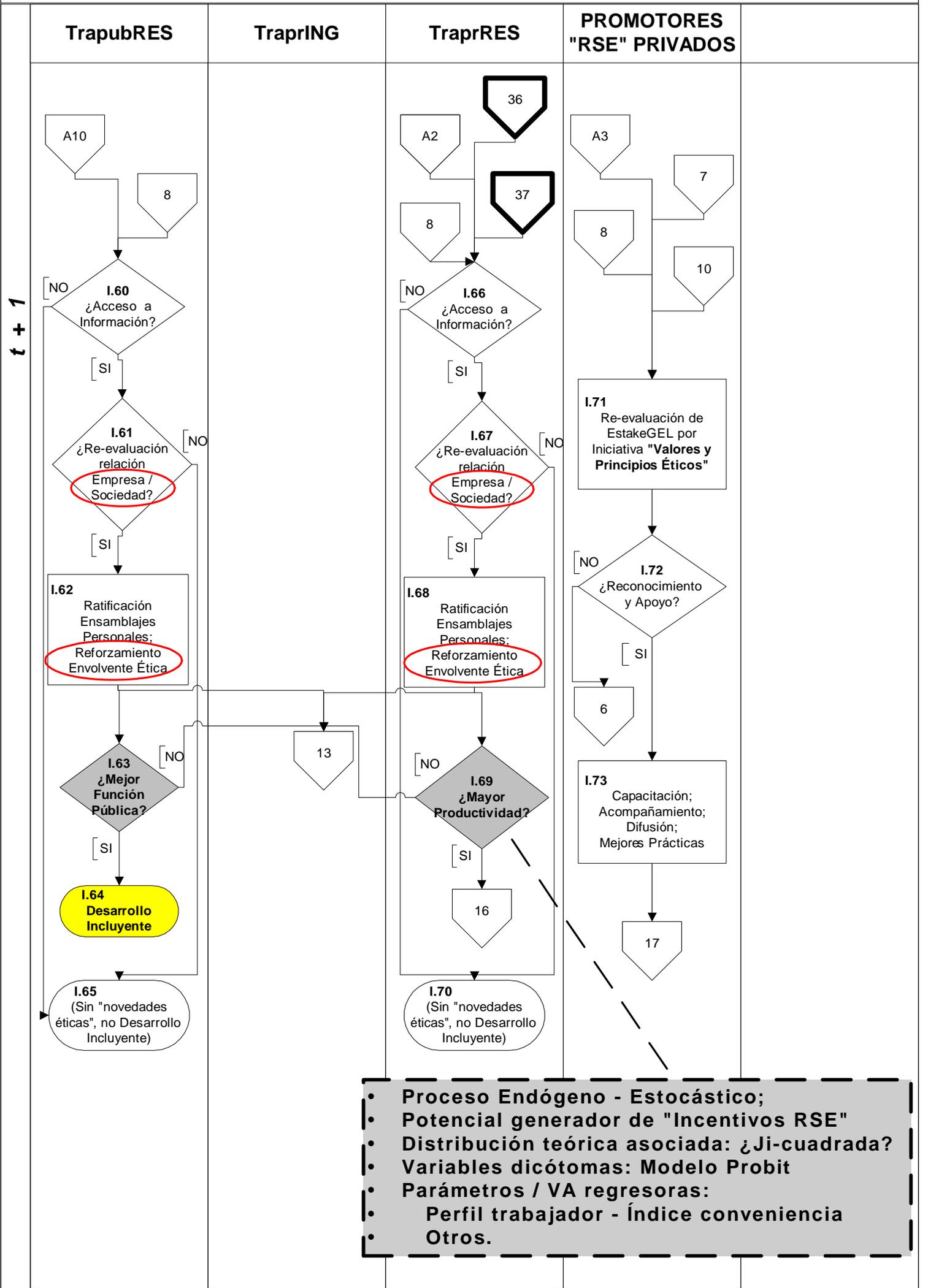
E.I.6
Recomendación I.23: "Racionaliza" la selección de iniciativas de RSE

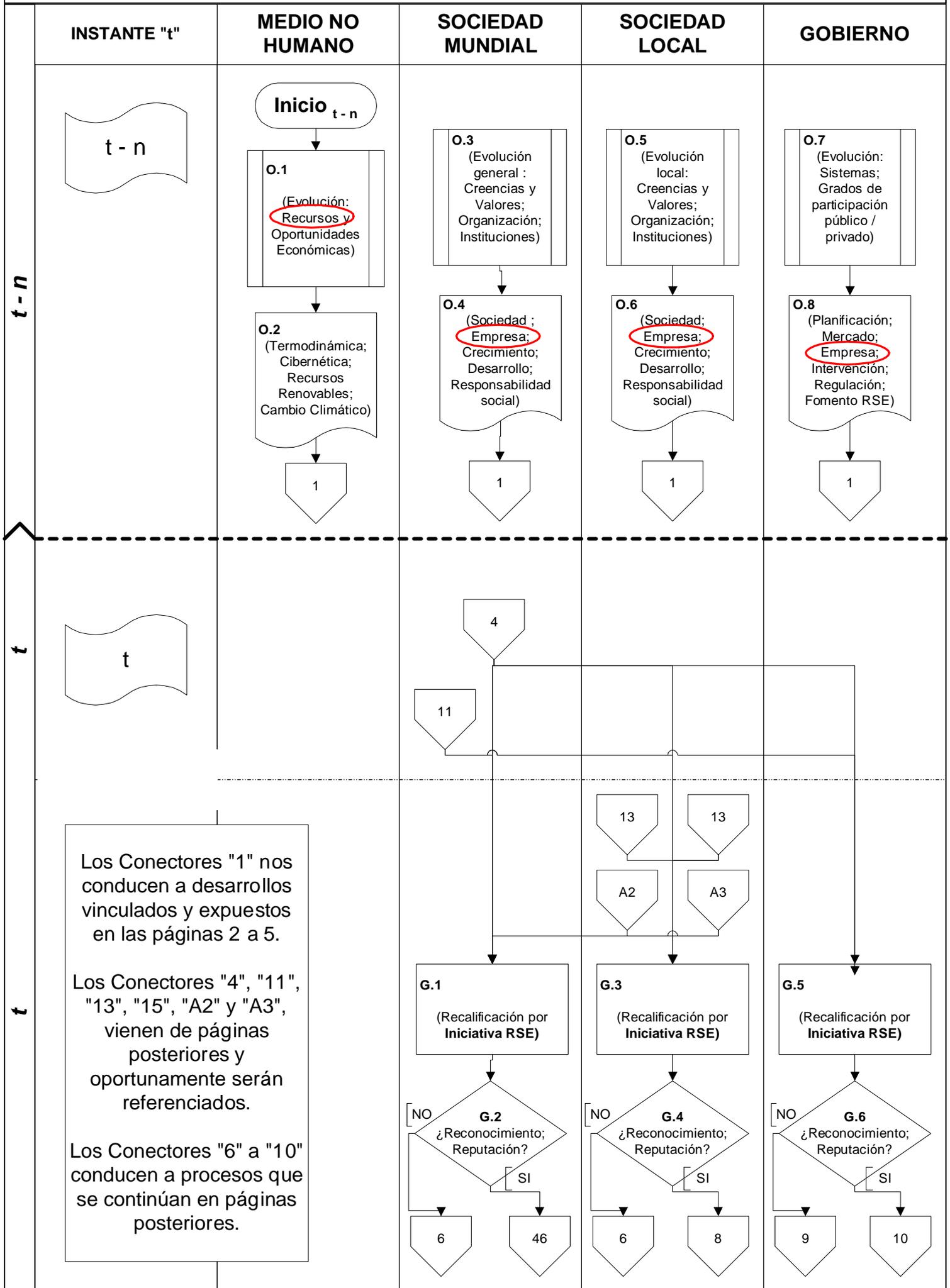




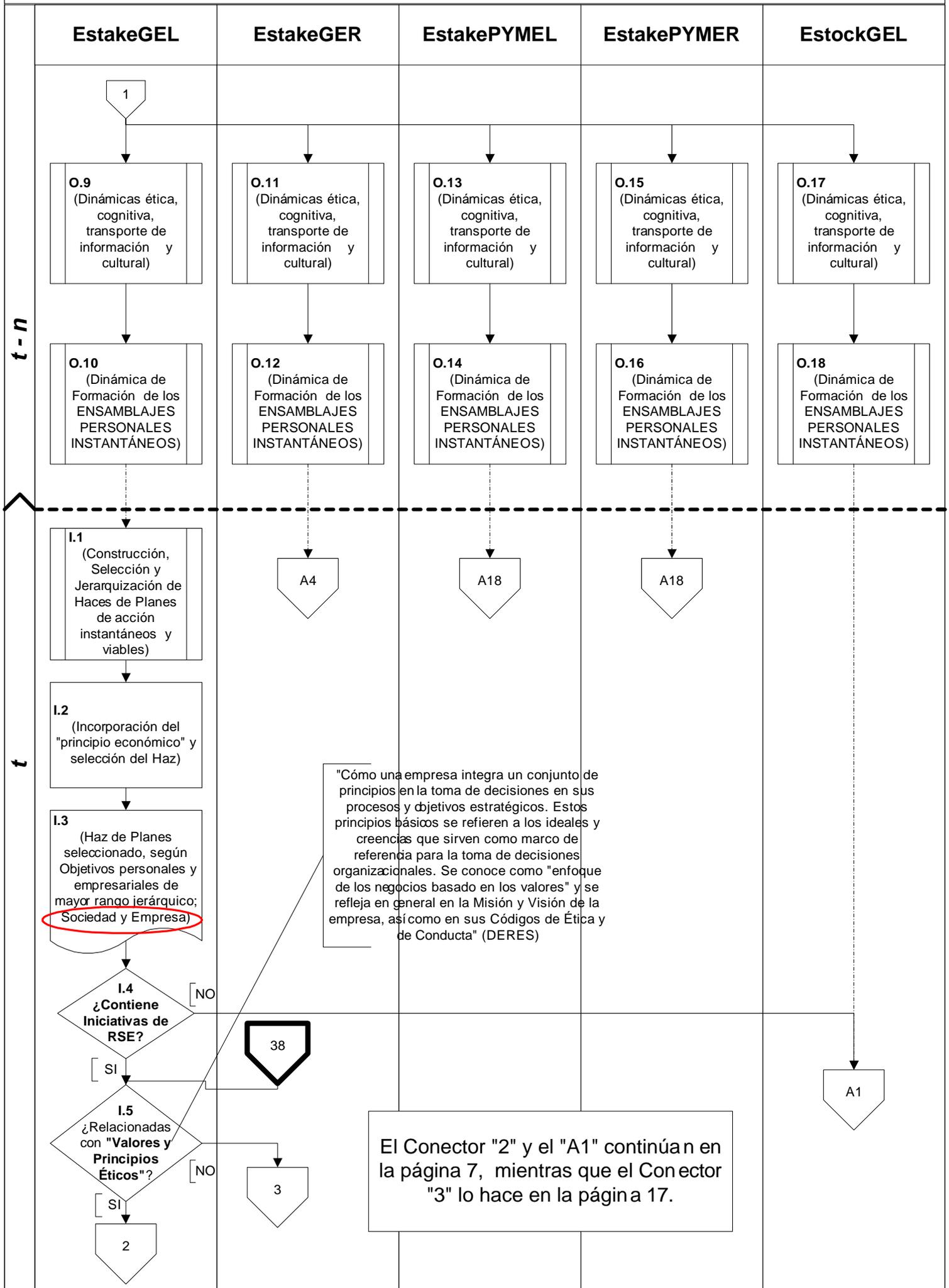
t + 1

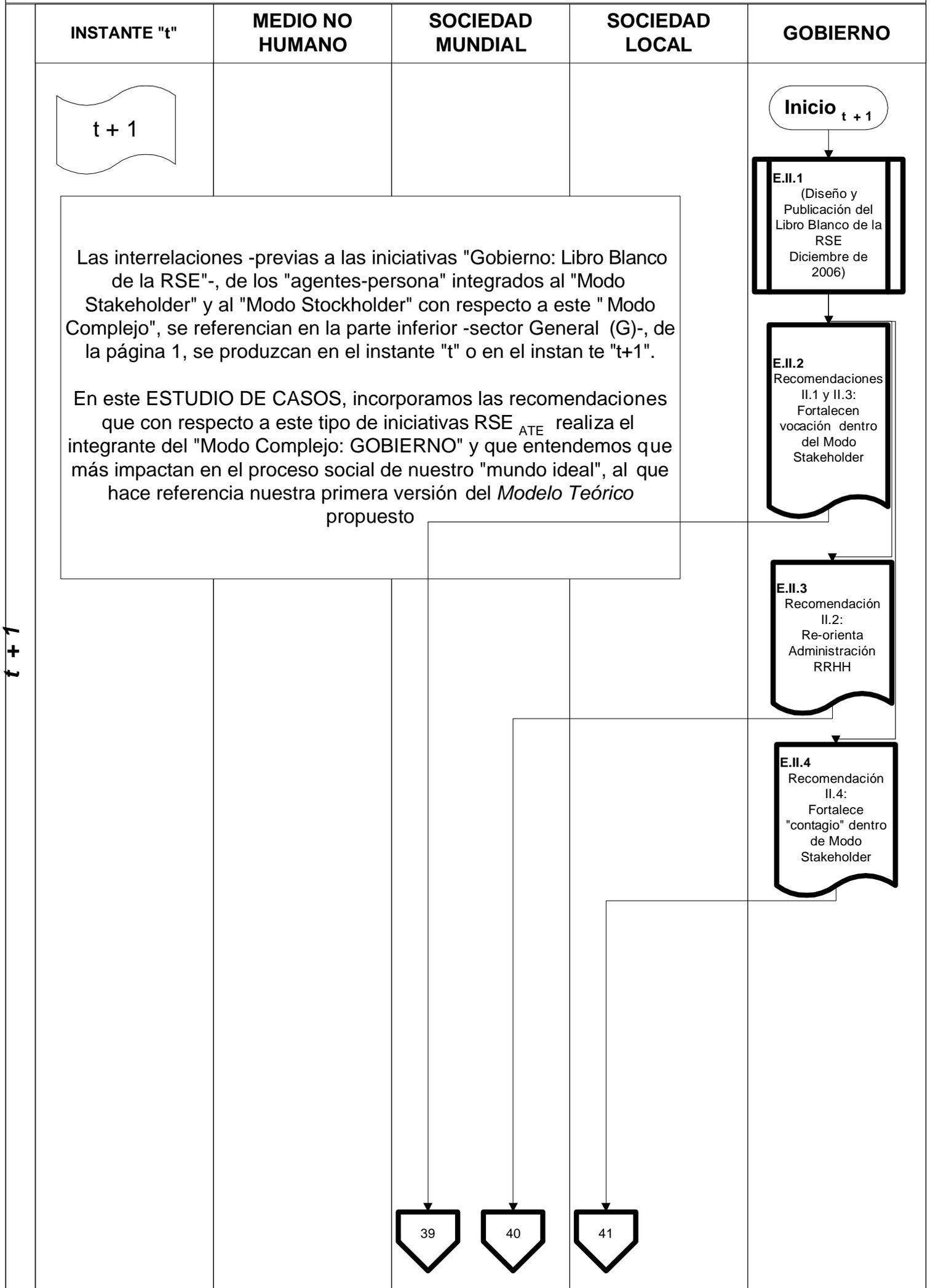




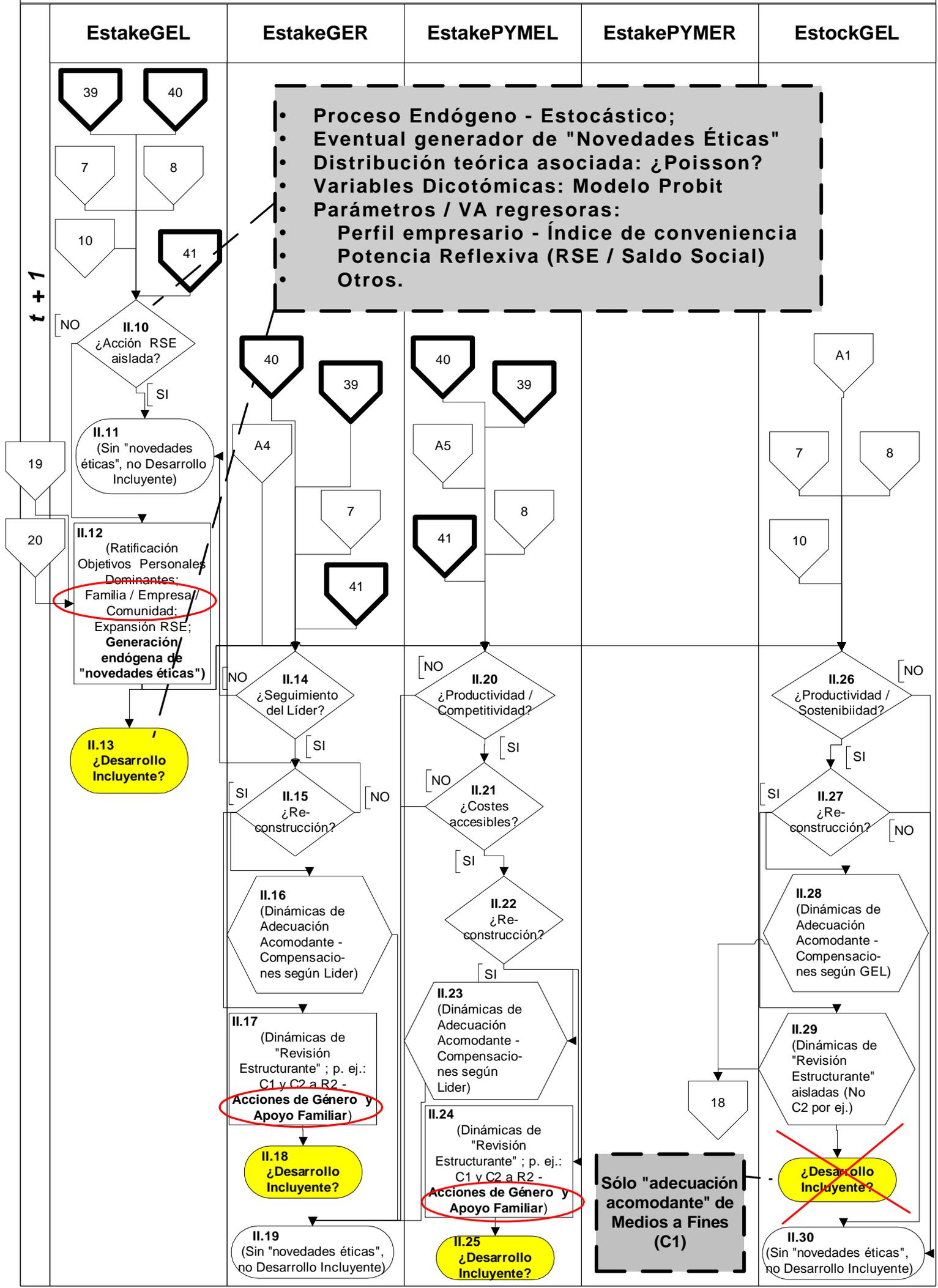


DESARROLLO INCLUYENTE: EMPRESARIALIDAD RESPONSABLE Y REFLEXIVIDAD SOCIAL - Origen (O) y RSE_{E,VPE} (I)





t + 1



- Proceso Endógeno - Estocástico;
- Eventual generador de "Novedades Éticas"
- Distribución teórica asociada: ¿Poisson?
- Variables Dicotómicas: Modelo Probit
- Parámetros / VA regresoras:
 - Perfil empresario - Índice de conveniencia
 - Potencia Reflexiva (RSE / Saldo Social)
 - Otros.

II.13
¿Desarrollo Incluyente?

II.17
(Dinámicas de "Revisión Estructurante"; p. ej.: C1 y C2 a R2 - **Acciones de Género y Apoyo Familiar**)

II.18
¿Desarrollo Incluyente?

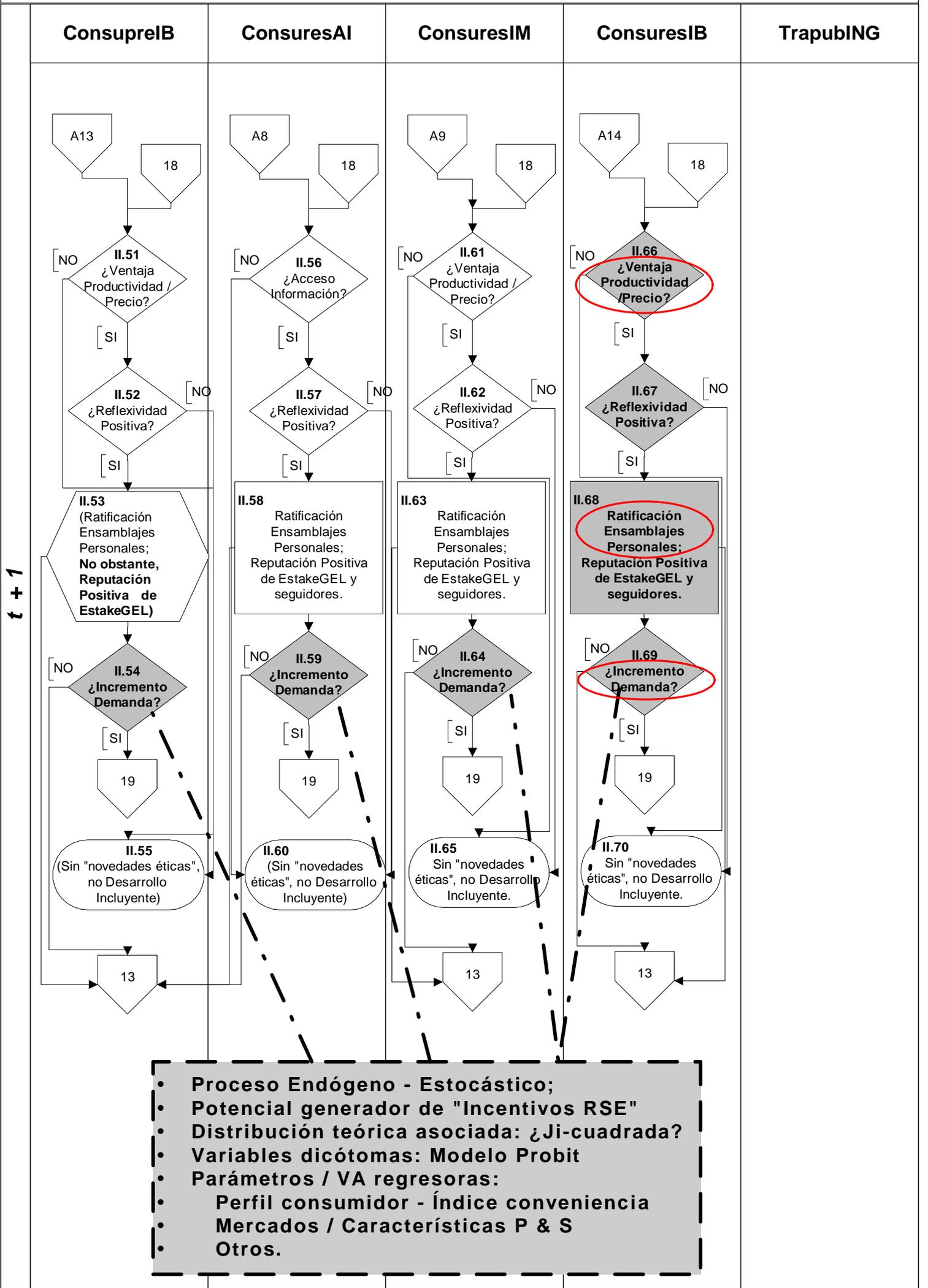
II.24
(Dinámicas de "Revisión Estructurante"; p. ej.: C1 y C2 a R2 - **Acciones de Género y Apoyo Familiar**)

II.25
¿Desarrollo Incluyente?

Sólo "adecuación acomodante" de Medios a Fines (C1)

~~¿Desarrollo Incluyente?~~

II.30
(Sin "novedades éticas", no Desarrollo Incluyente)



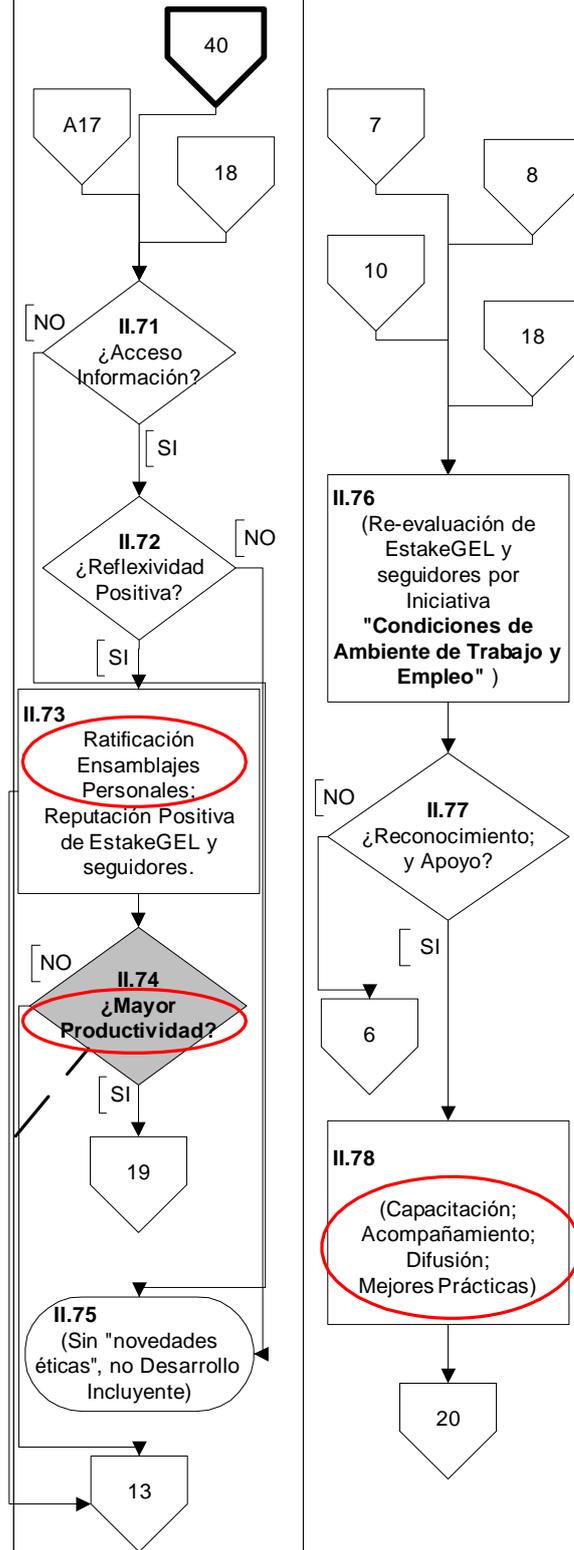
TrapubRES

TraprING

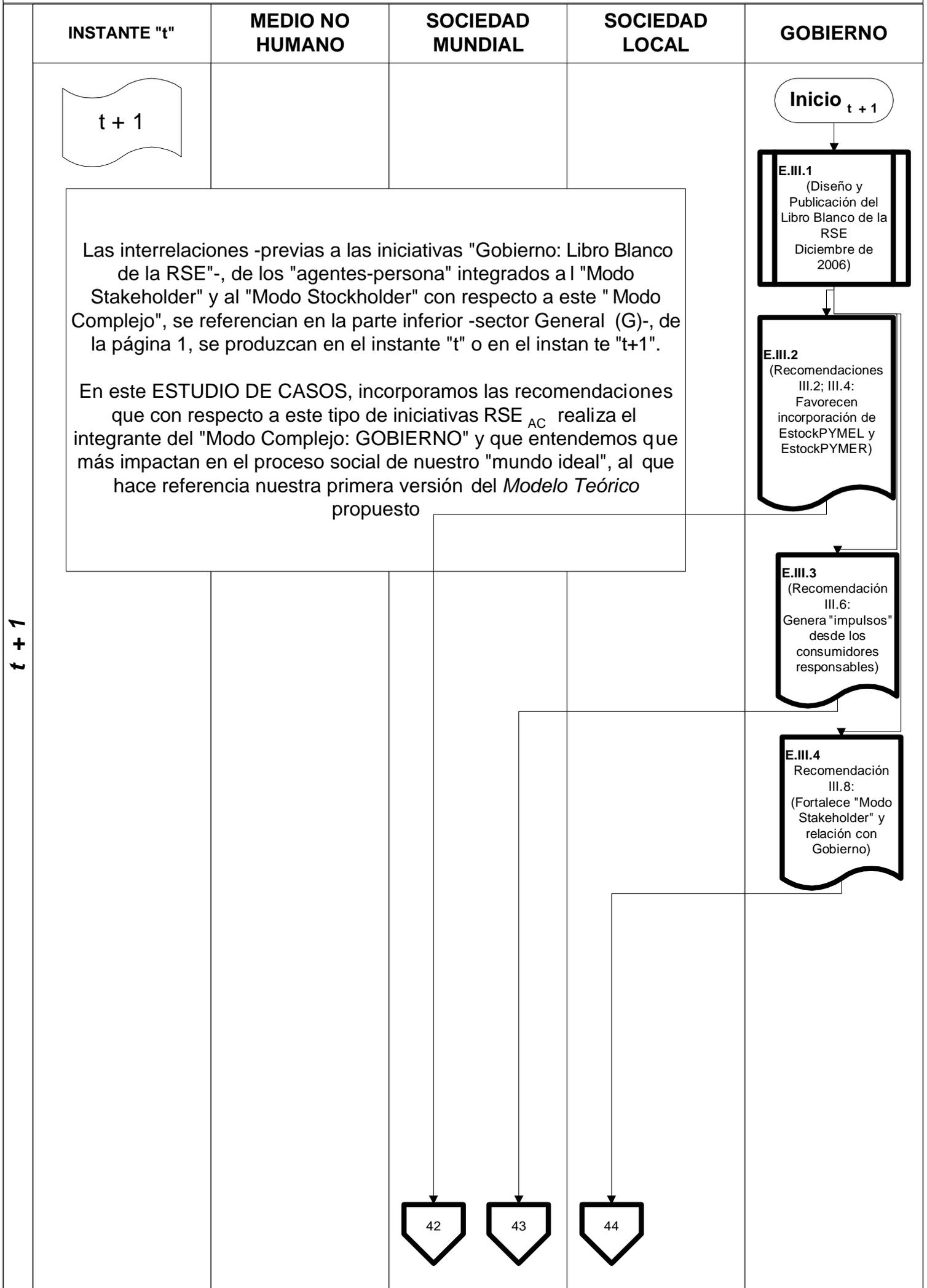
TraprRES

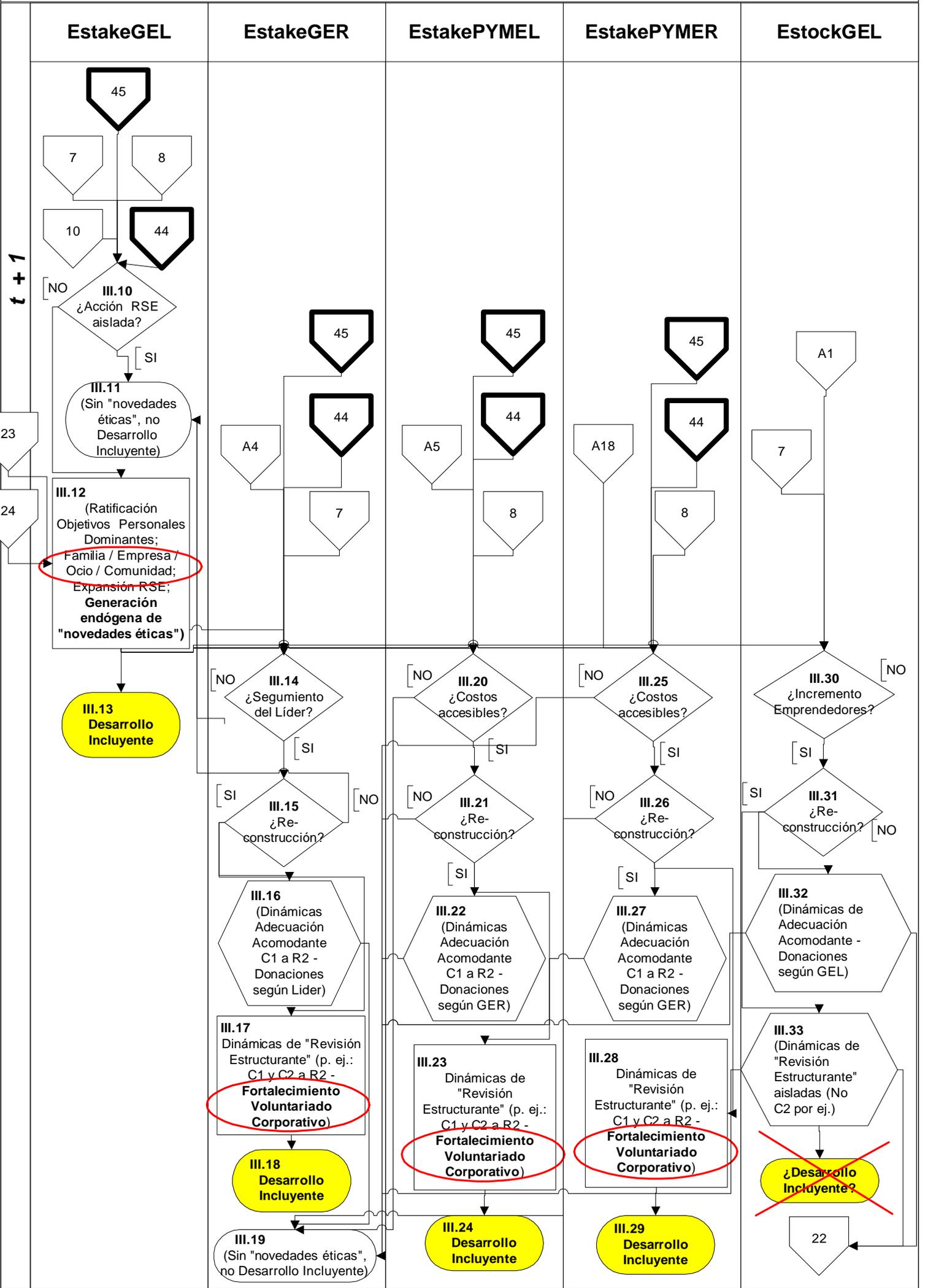
**PROMOTORES
"RSE" PRIVADOS**

Los Conectores "19" y "20" retornan la *dinámica social*, como "incentivos" a las iniciativas de RSE originadas por el agente "EstakeGEL", a la página 27, nodo II.12.

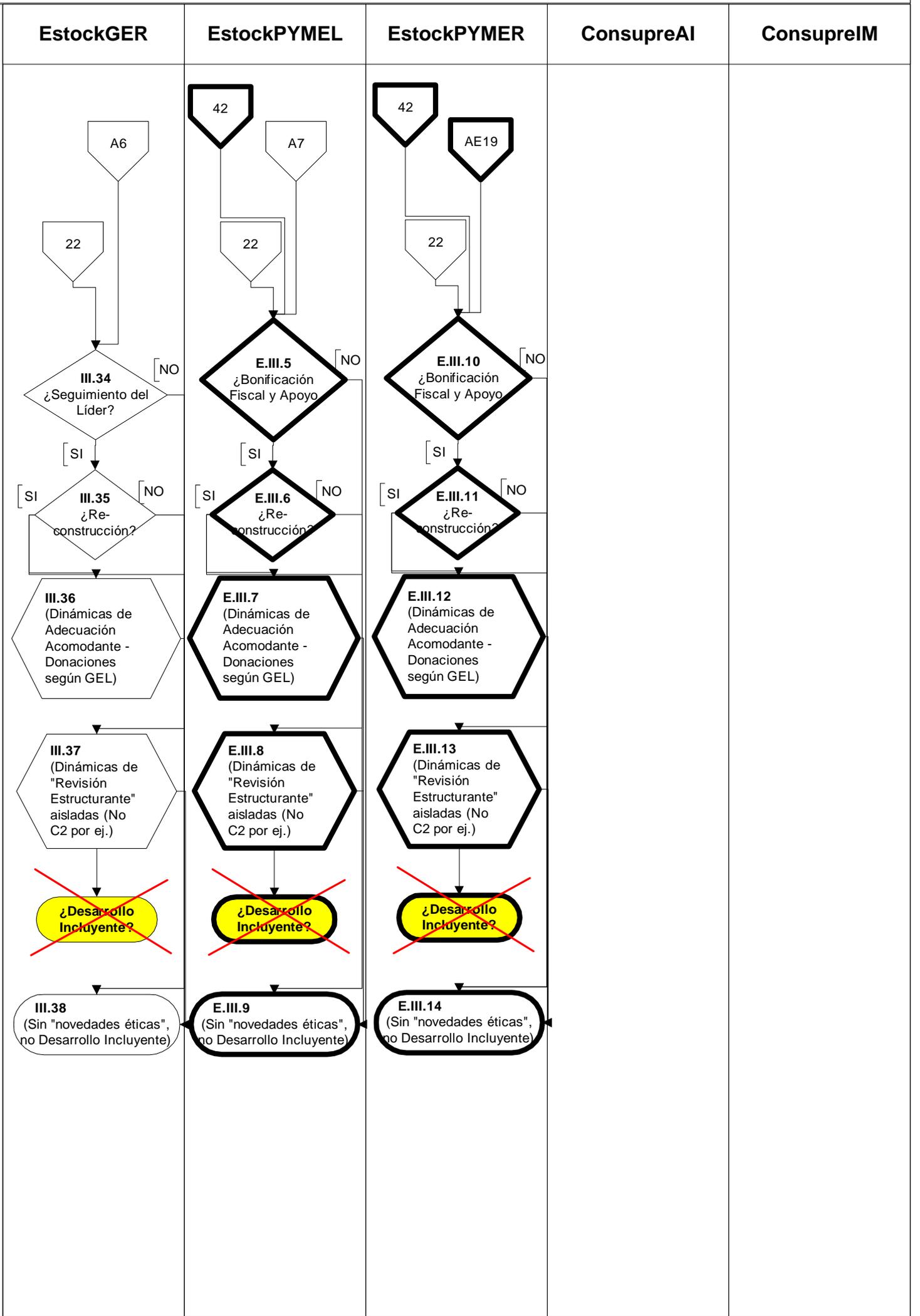


- **Proceso Endógeno - Estocástico;**
- **Potencial generador de "Incentivos RSE"**
- **Distribución teórica asociada: ¿Ji-cuadrada?**
- **Variables dicótomas: Modelo Probit**
- **Parámetros / VA regresoras:**
- **Perfil trabajador - Índice conveniencia**
- **Otros.**

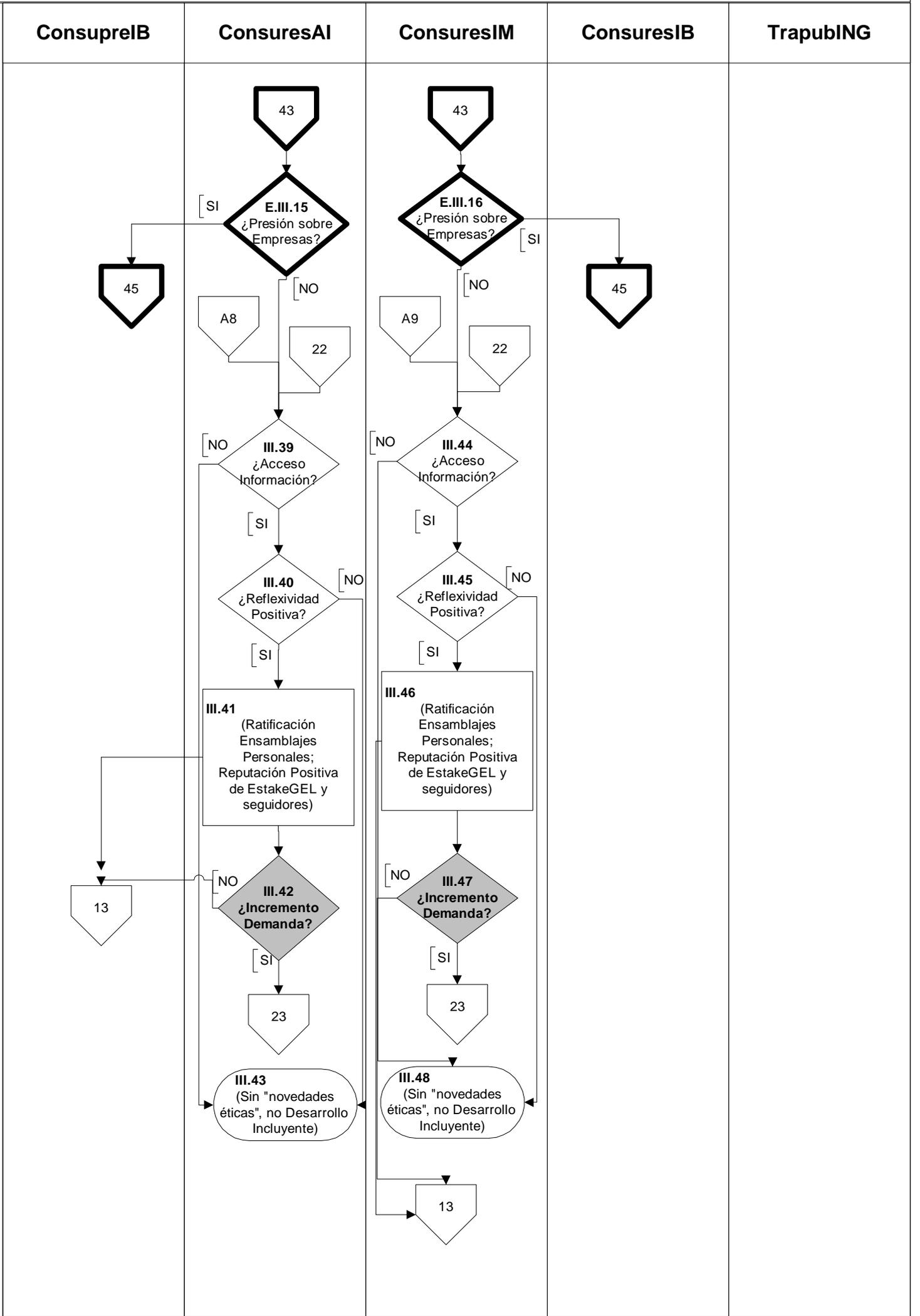




t + 1



t + 1



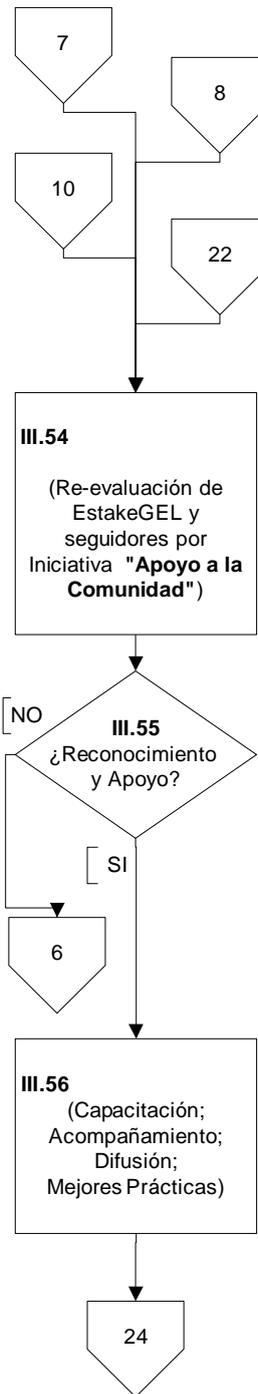
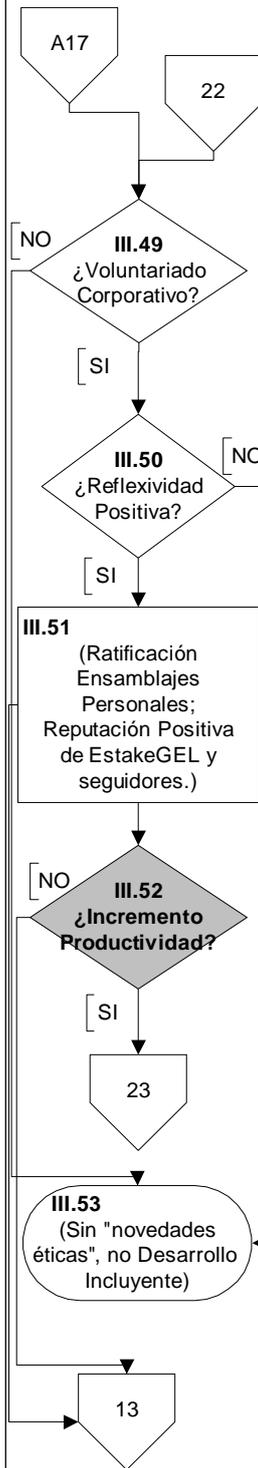
t + 1

TrapubRES

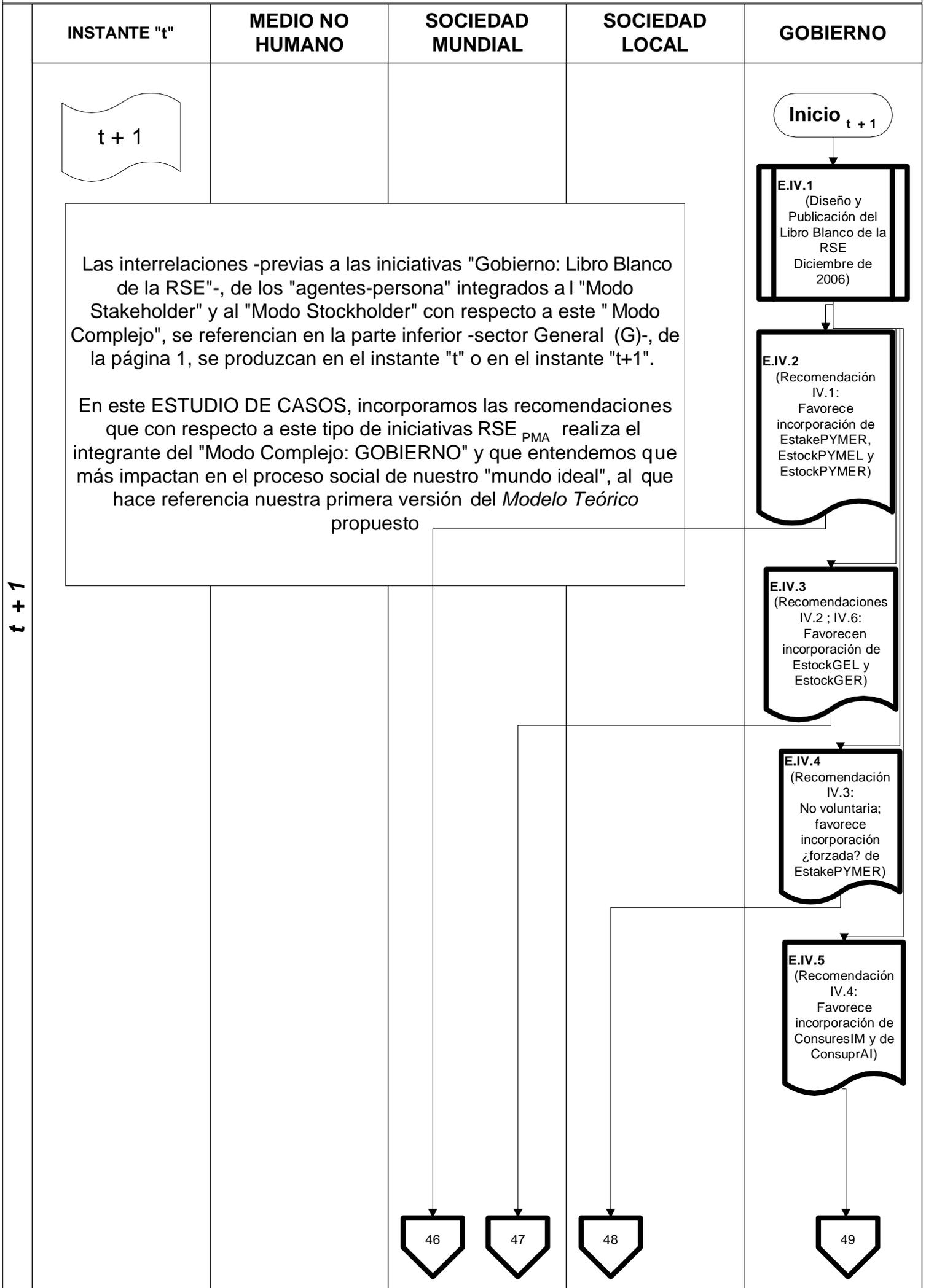
TraprING

TraprRES

PROMOTORES "RSE" PRIVADOS



Los Conectores "23" y "24" retornan la *dinámica social*, como "incentivos" y "apoyos", respectivamente, a las iniciativas de RSE originadas por el agente "EstakeGEL", en la página 42, nodo III.12.



t + 1

Inicio t + 1

E.IV.1
(Diseño y Publicación del Libro Blanco de la RSE Diciembre de 2006)

E.IV.2
(Recomendación IV.1:
Favorece incorporación de EstakePYMER, EstockPYMEL y EstockPYMER)

E.IV.3
(Recomendaciones IV.2 ; IV.6:
Favorecen incorporación de EstockGEL y EstockGER)

E.IV.4
(Recomendación IV.3:
No voluntaria; favorece incorporación ¿forzada? de EstakePYMER)

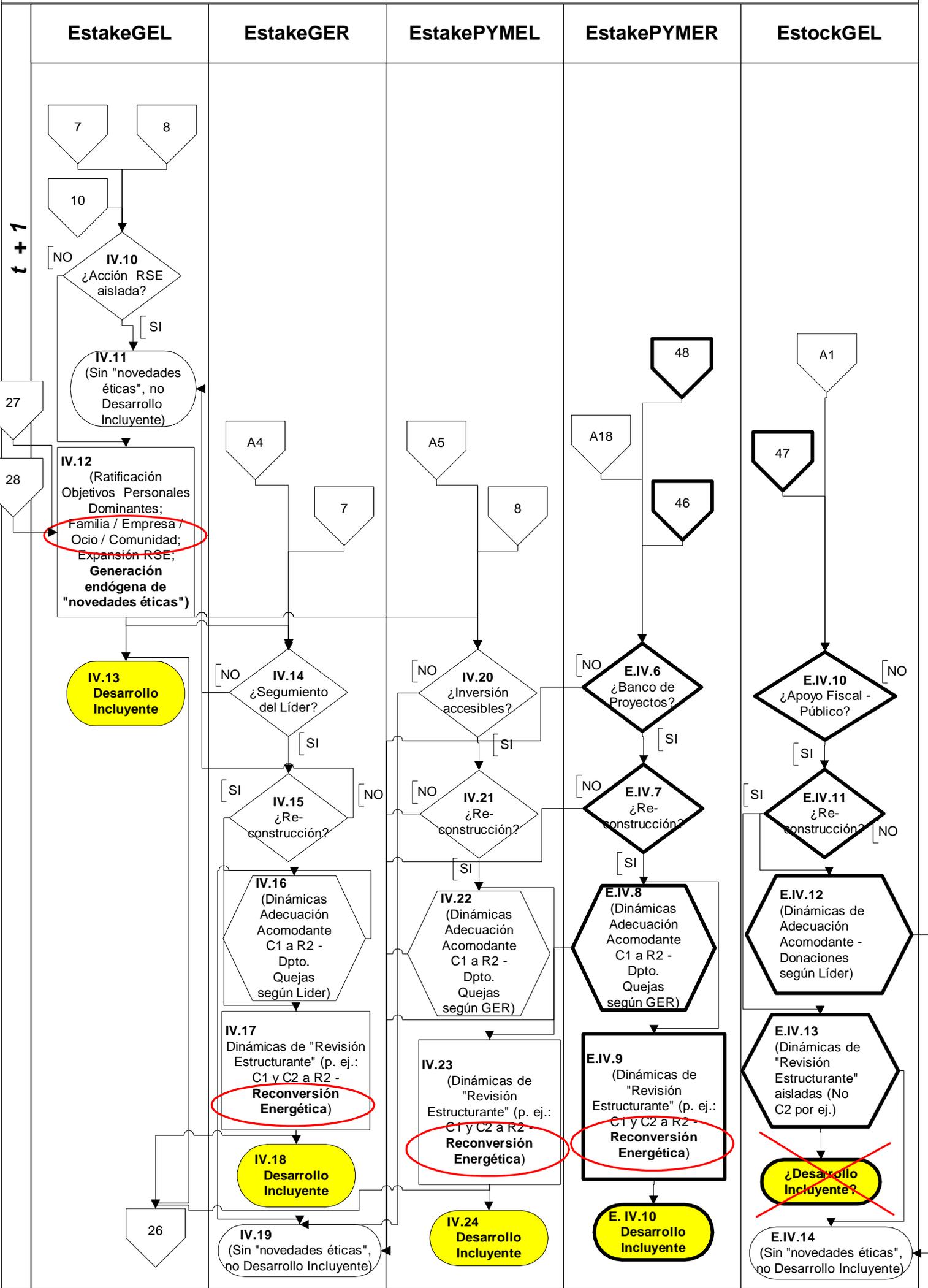
E.IV.5
(Recomendación IV.4:
Favorece incorporación de ConsuresIM y de ConsuprAI)

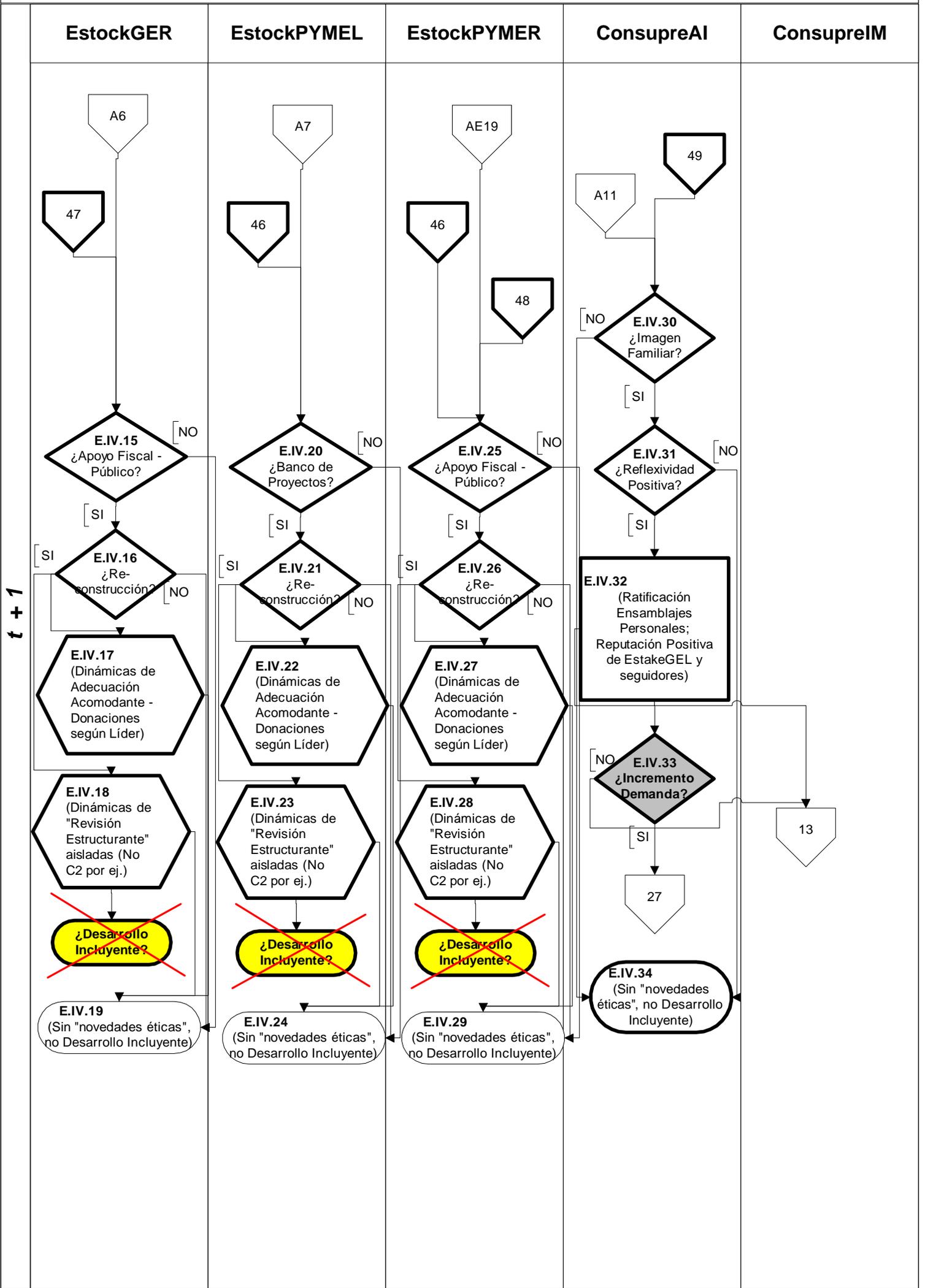
46

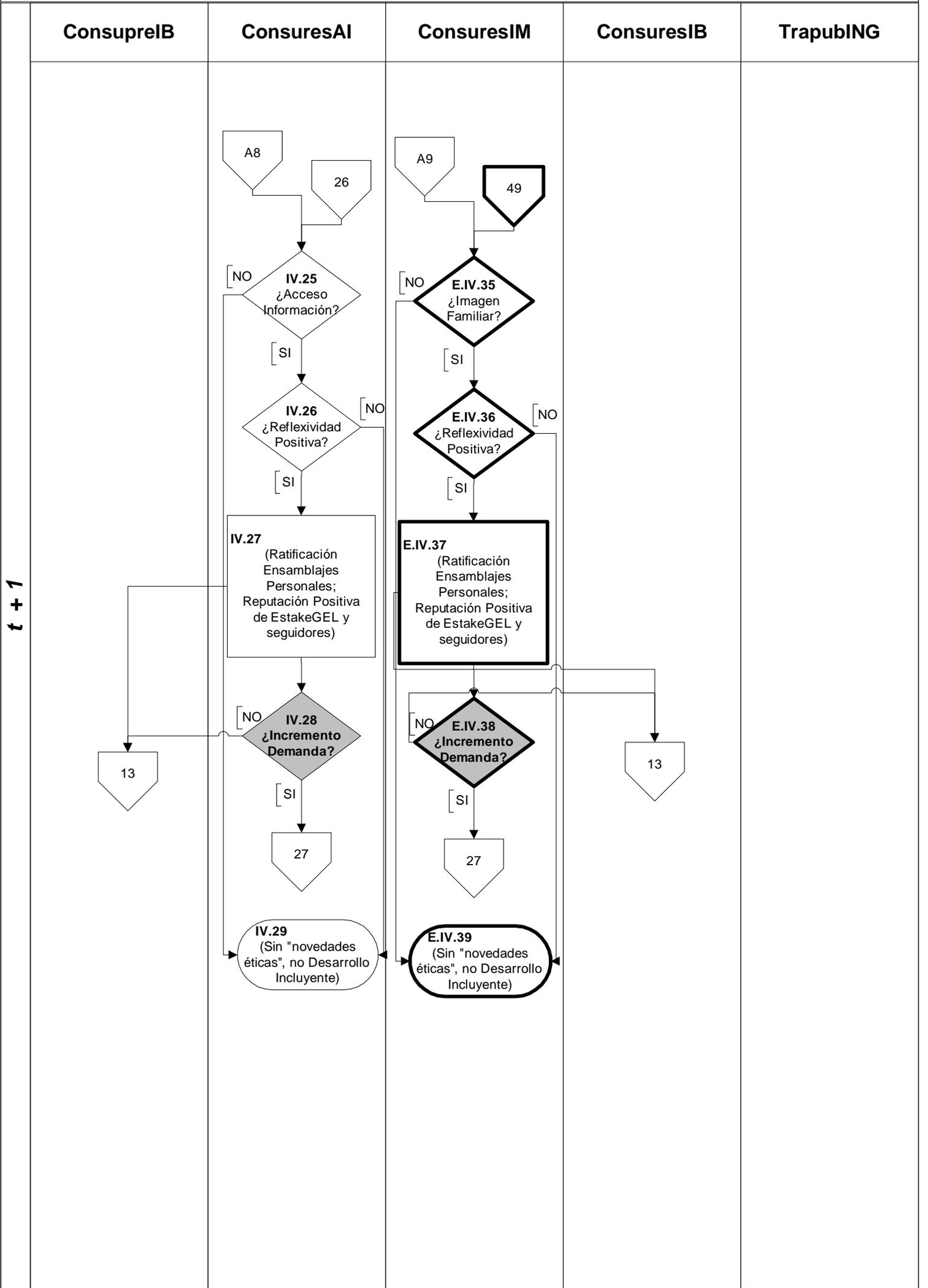
47

48

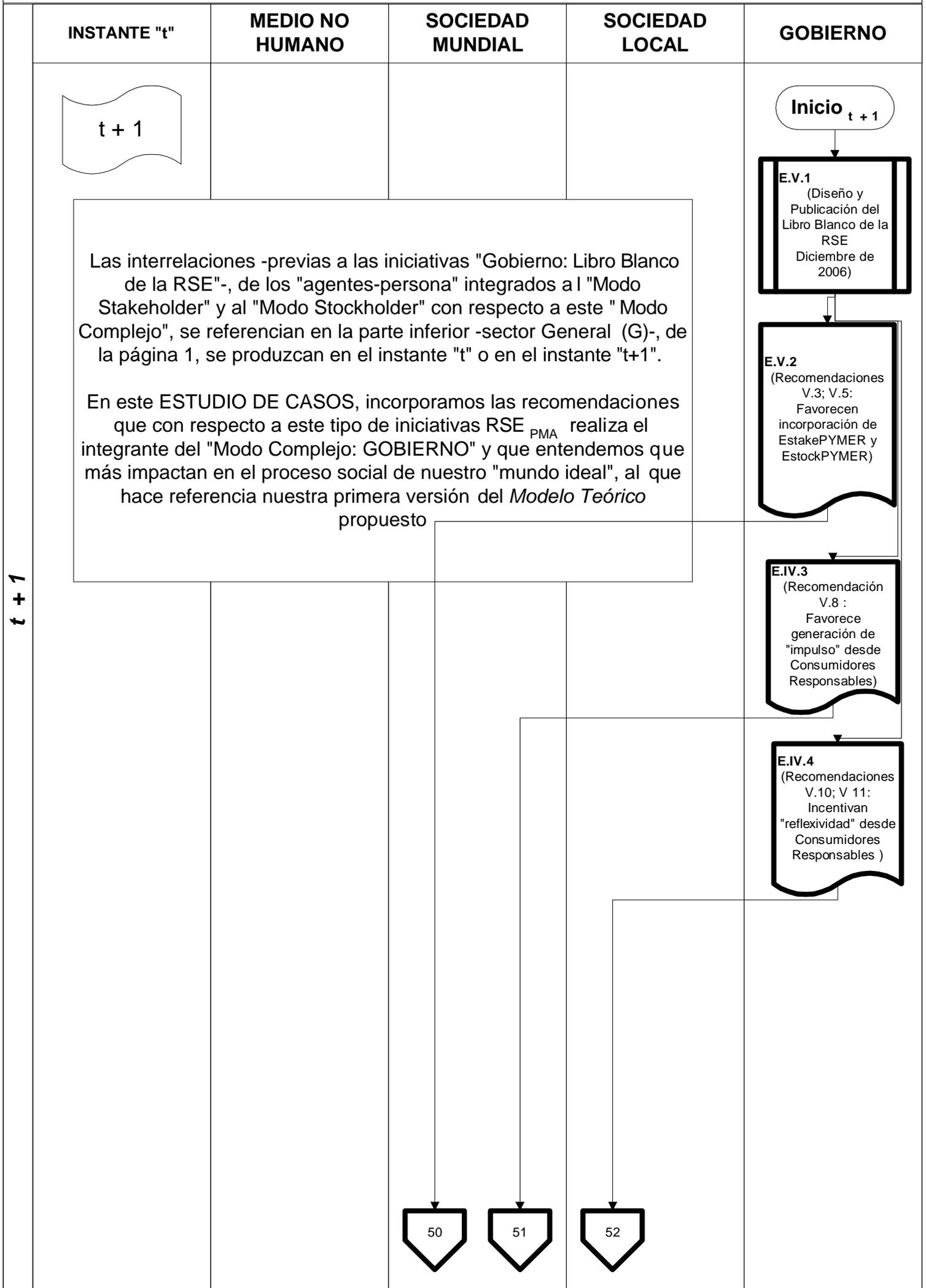
49

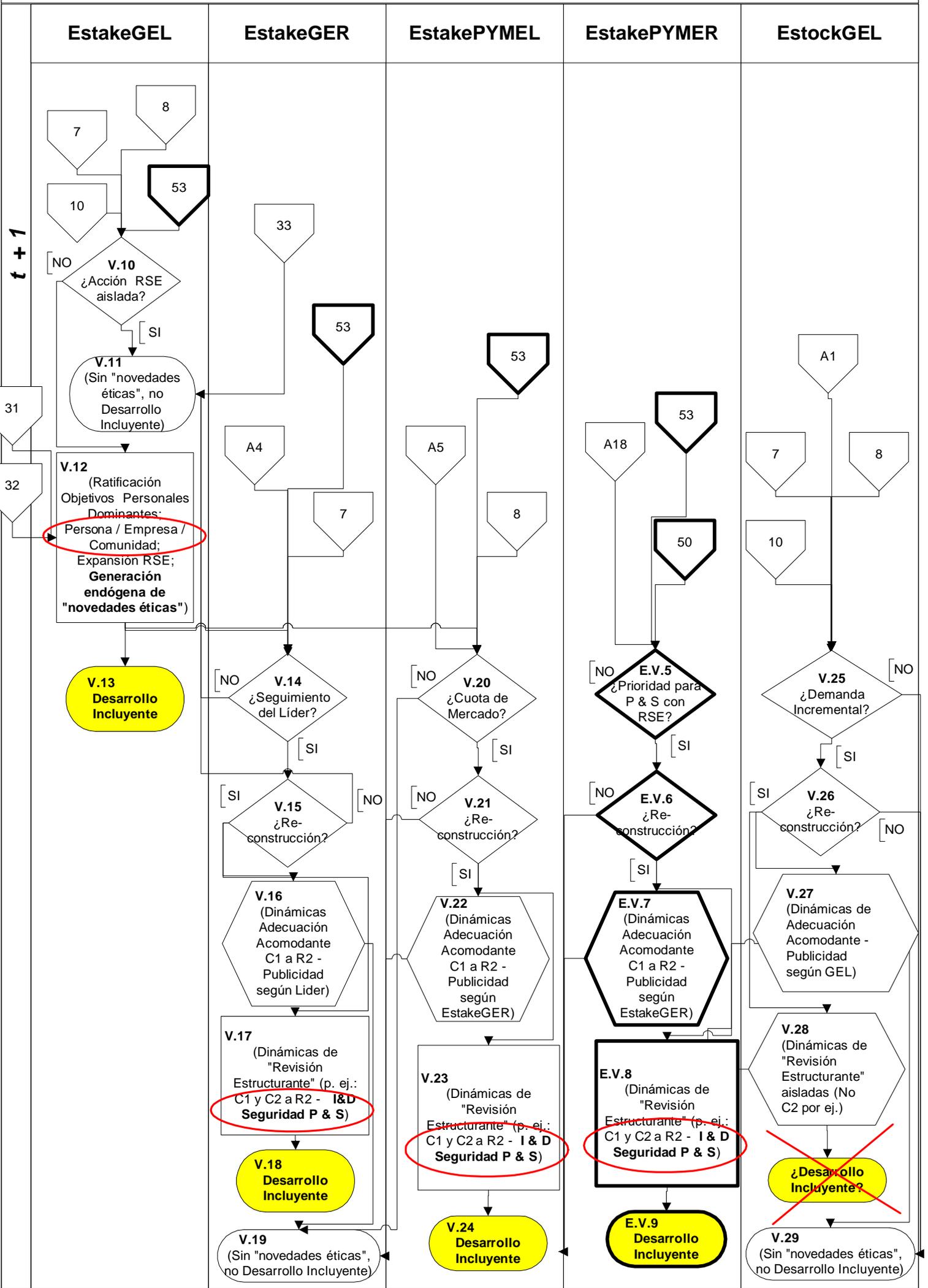


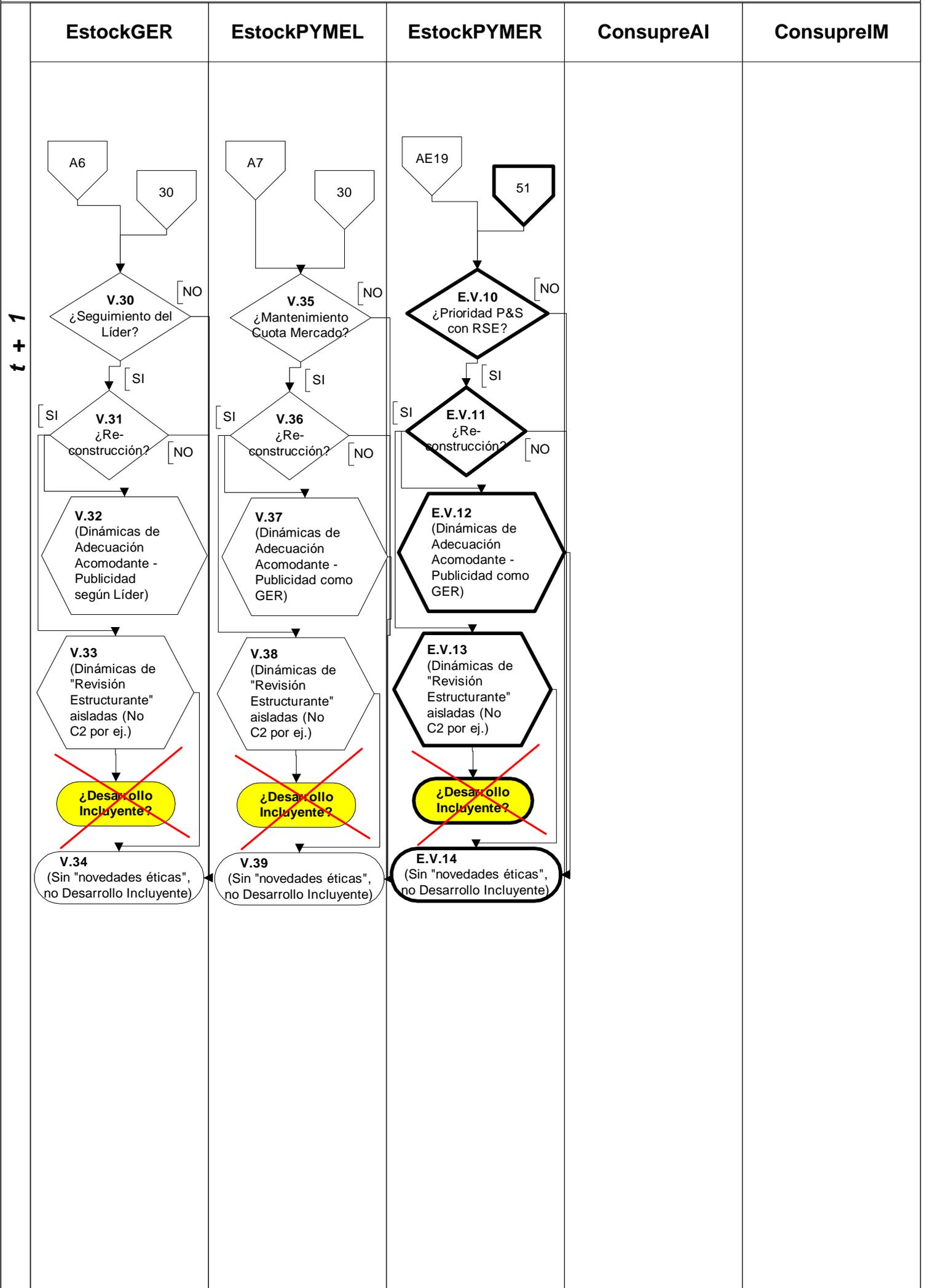




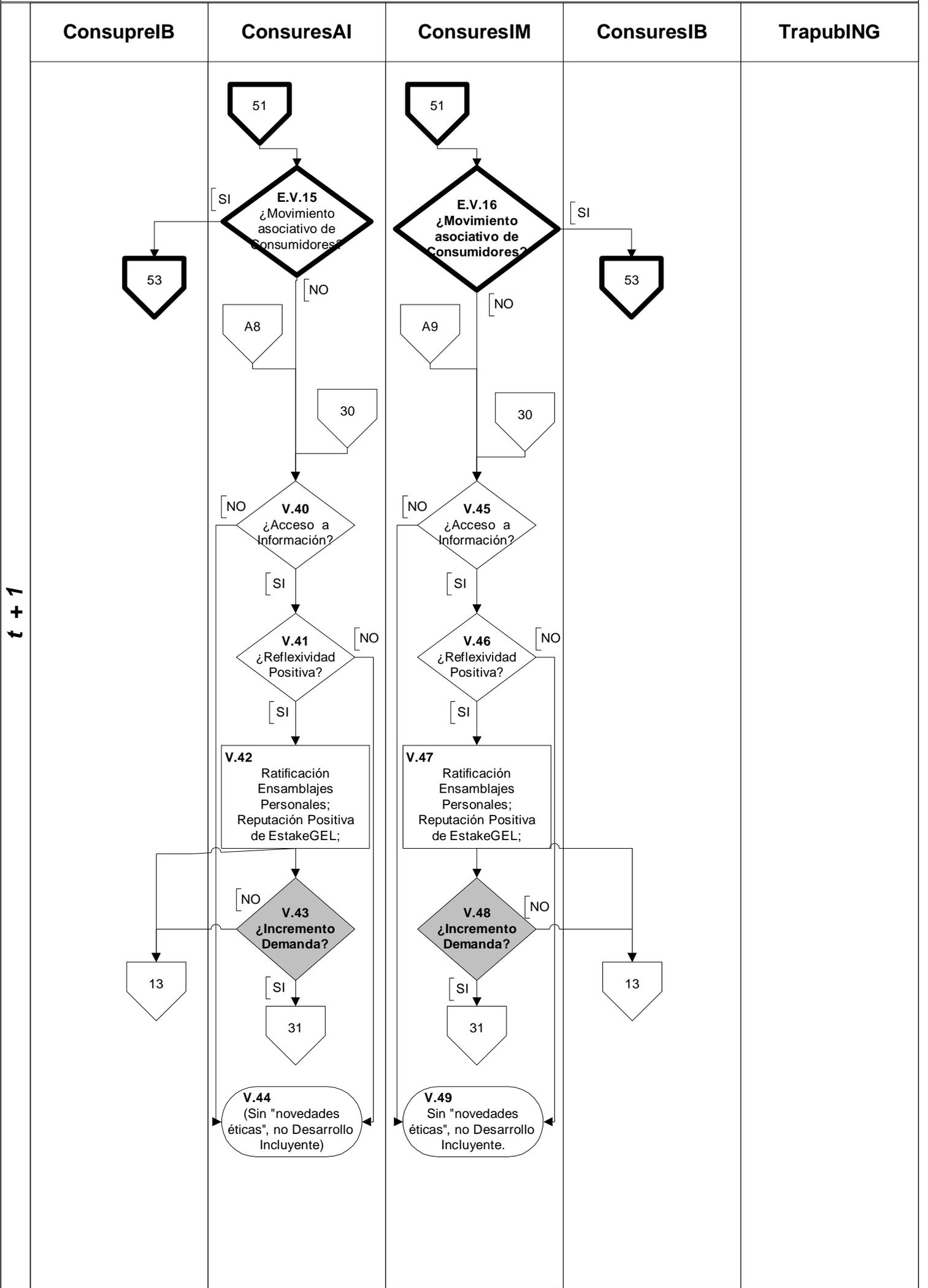
t + 1	TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	



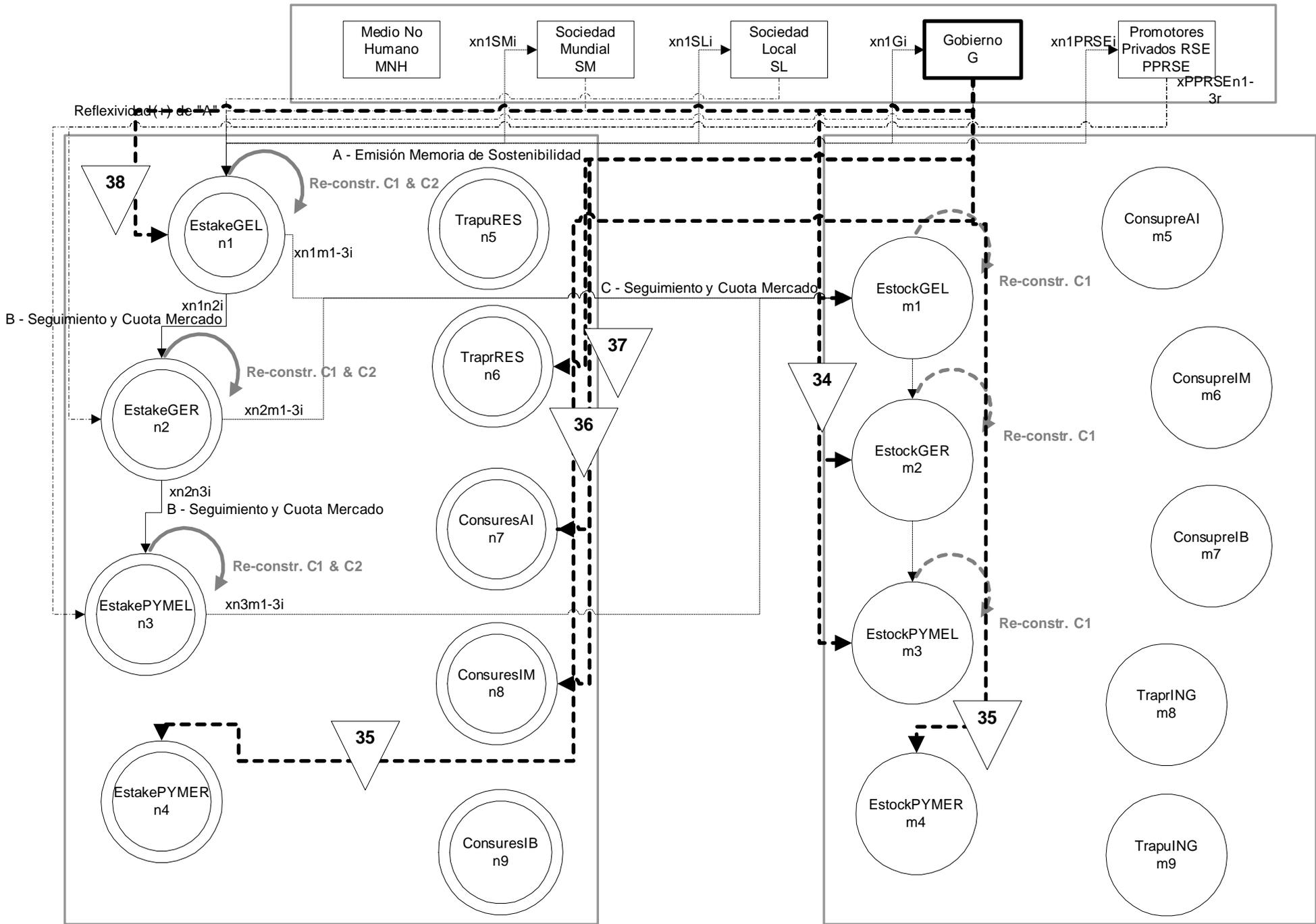




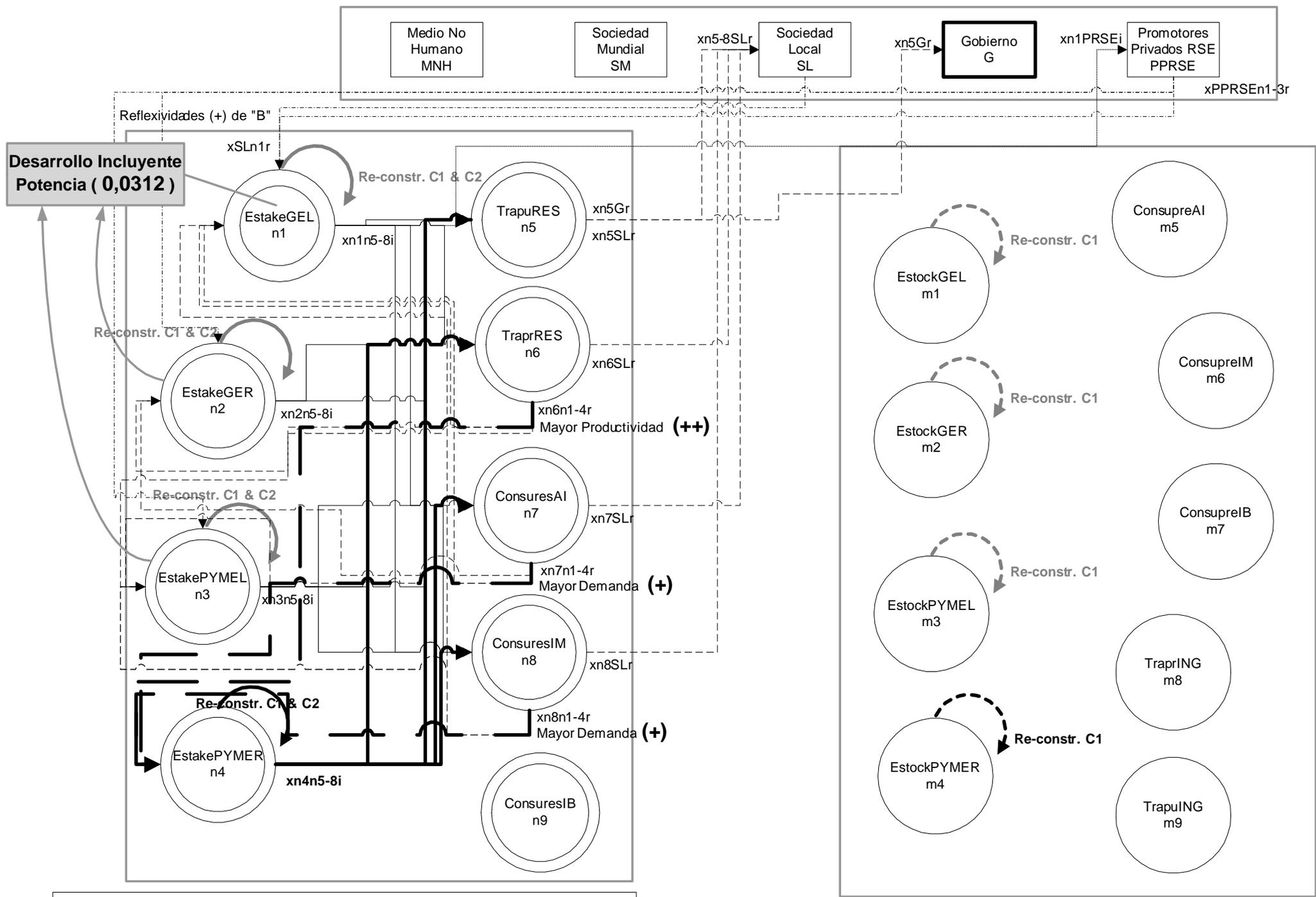
t + 1



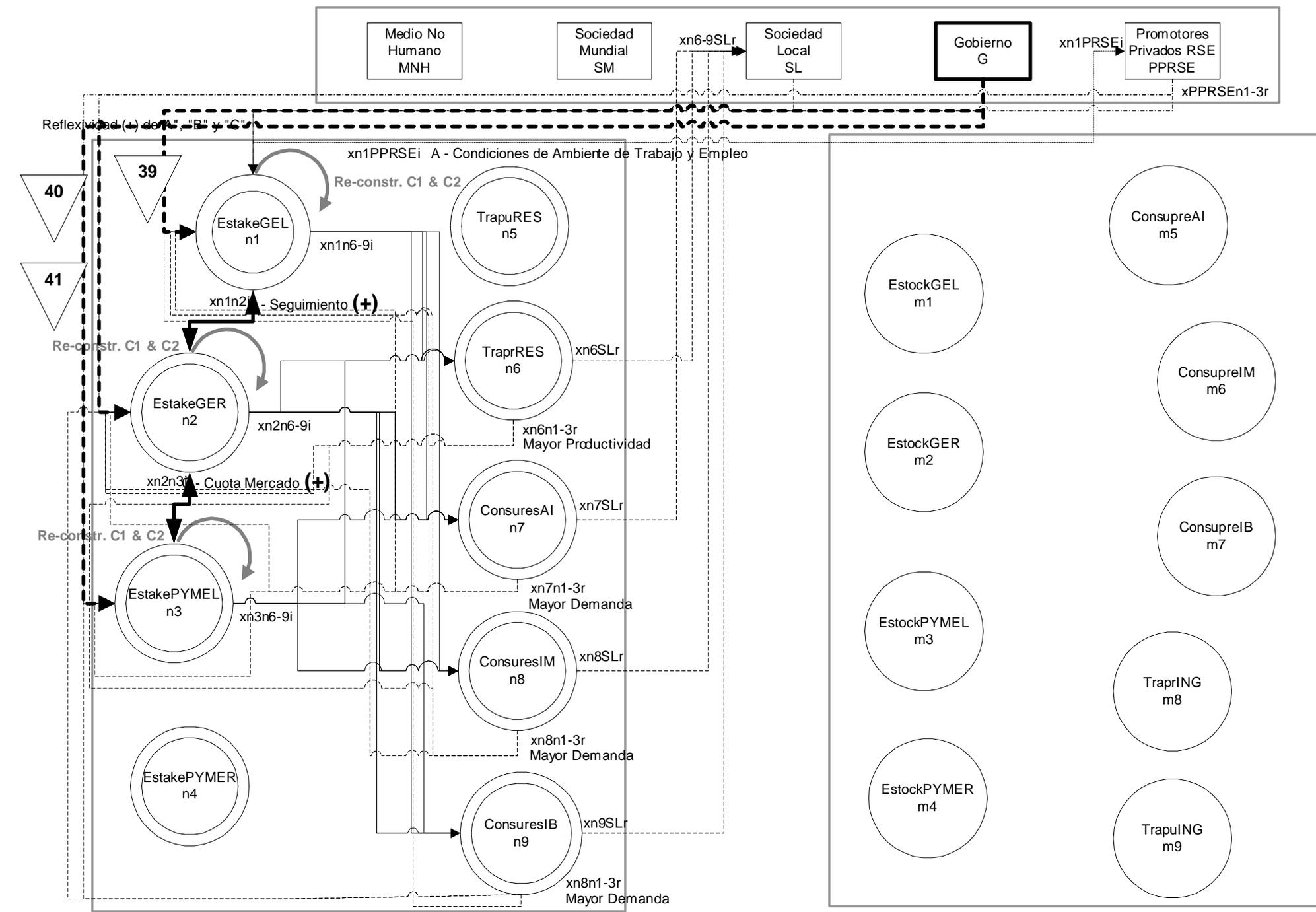
t + 1	TrapubRES	TraprING	TraprRES	PROMOTORES "RSE" PRIVADOS	



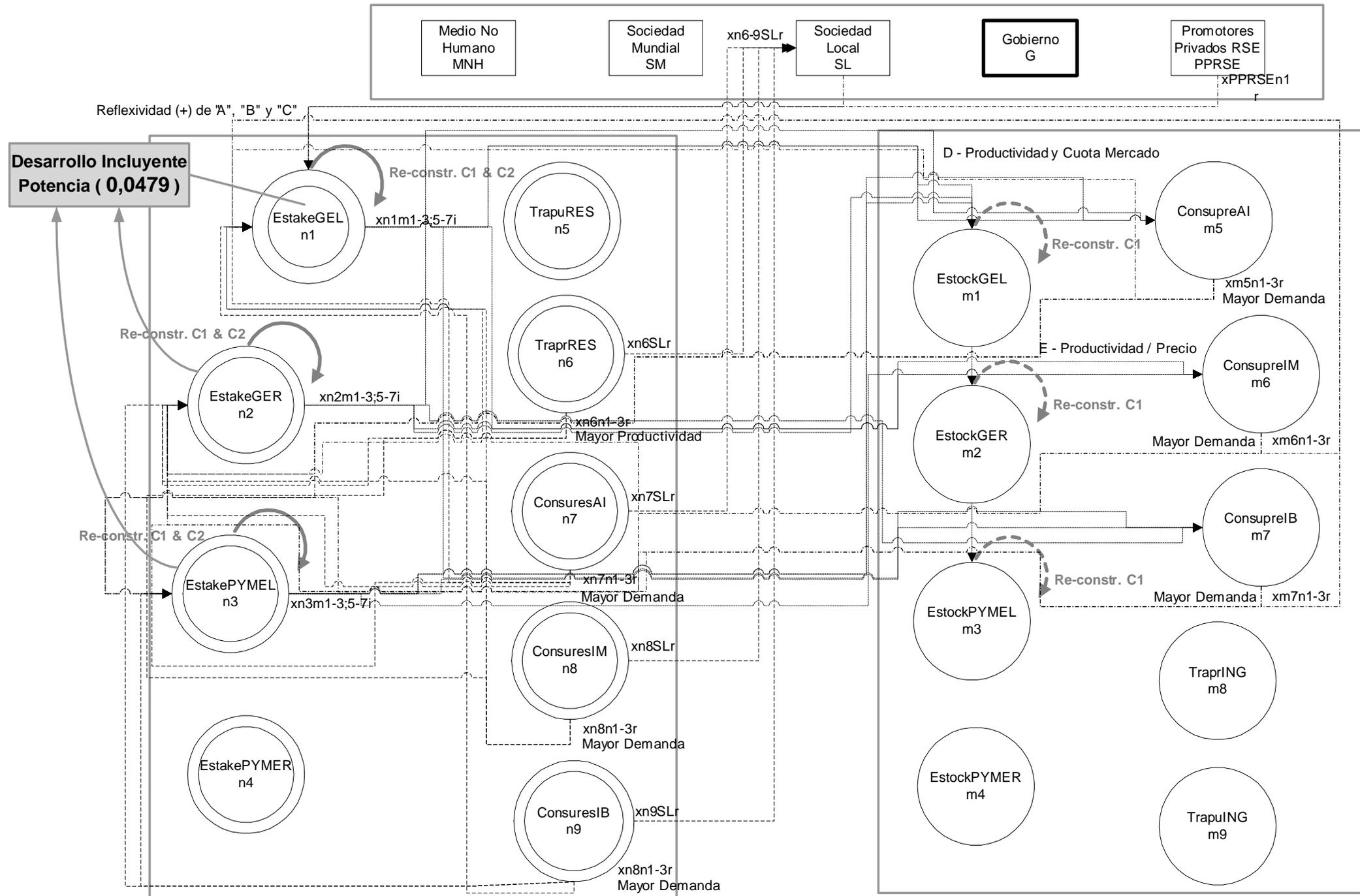
Desarrollo Incluyente: Empresañalidad Responsable y Reflexividad Social
Estudio de Casos - Iniciativa: Valores y Principios Éticos
 Primera Fase



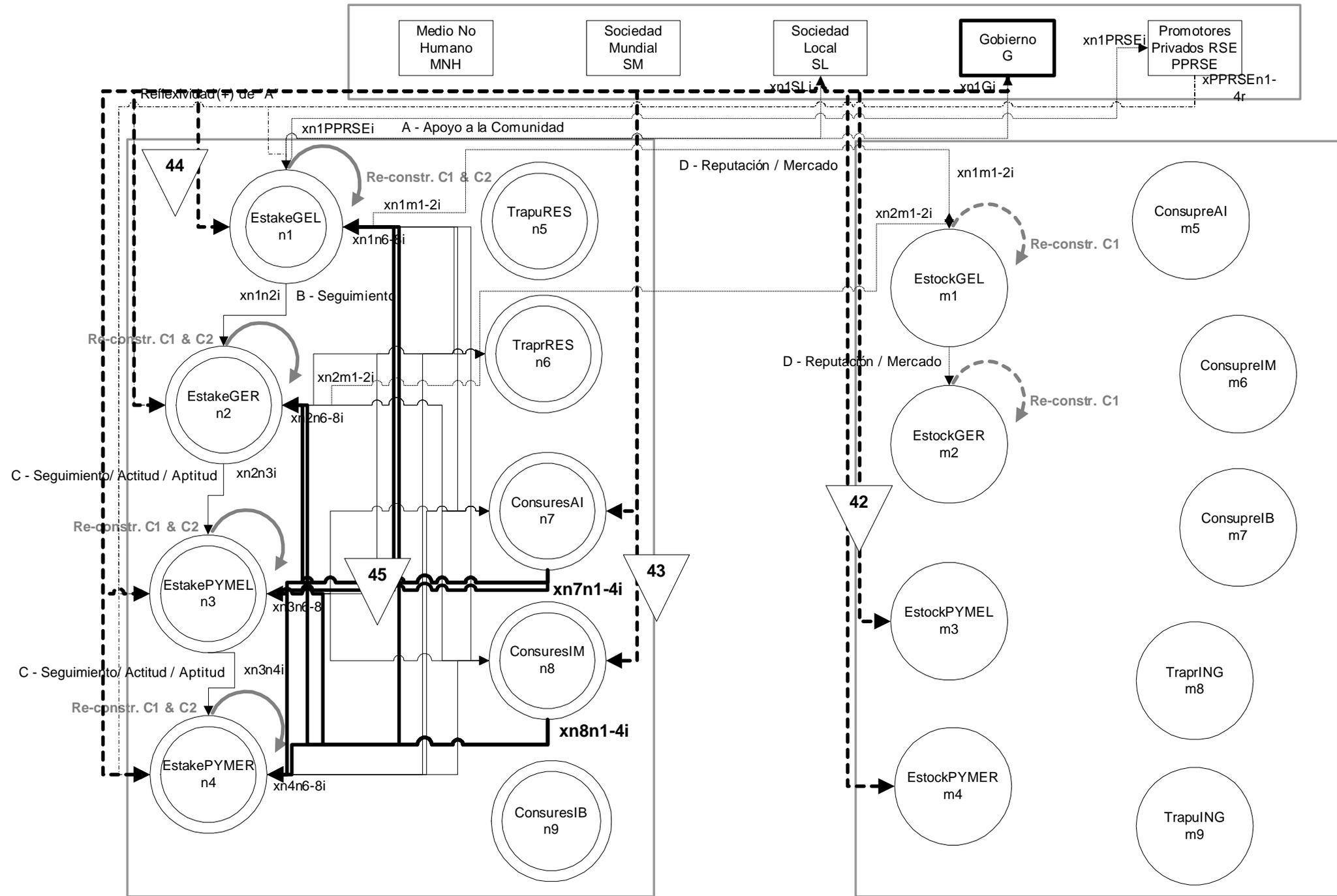
Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Estudio de Casos - Iniciativa: Valores y Principios Éticos
 Segunda Fase



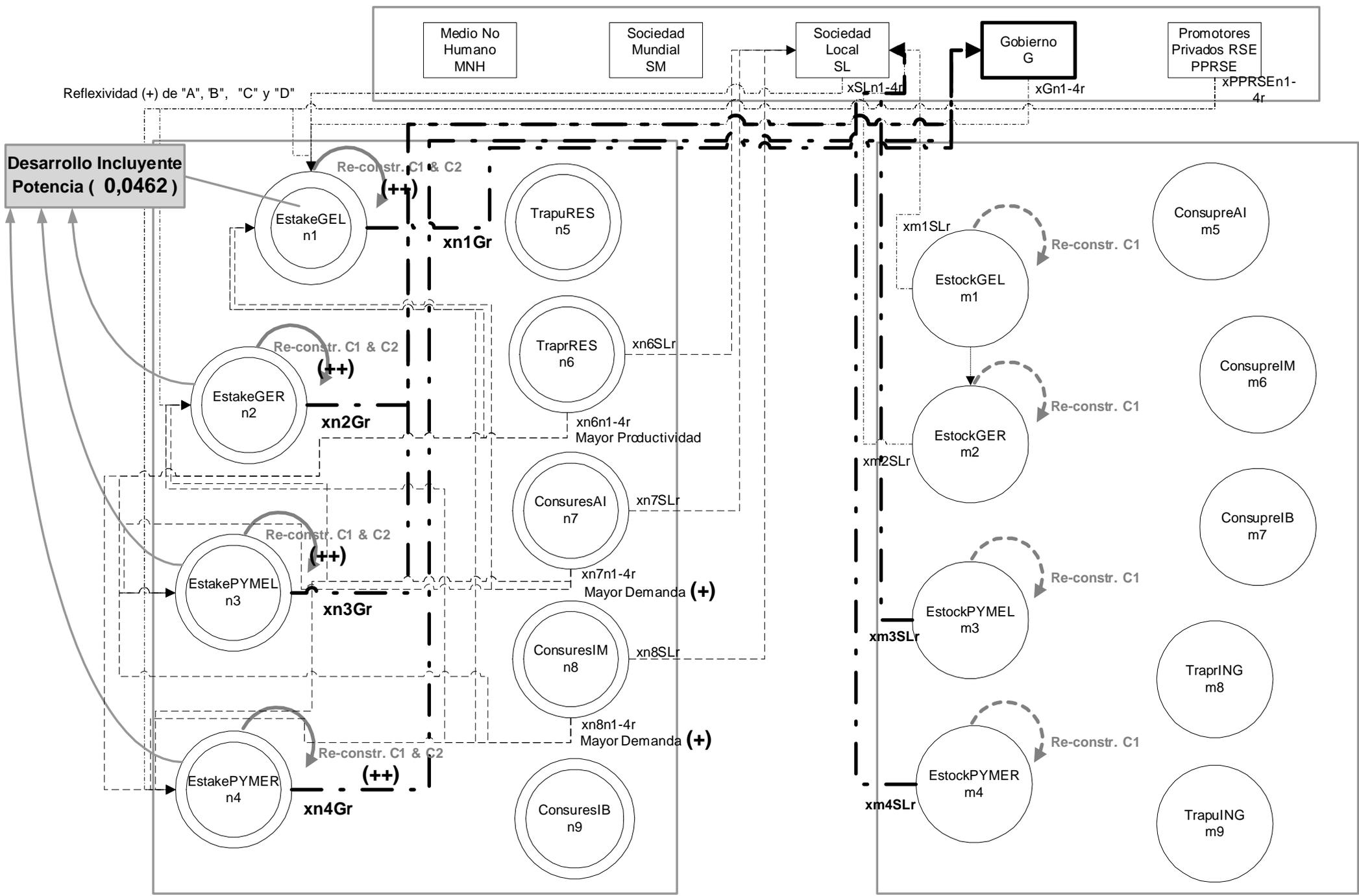
Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Estudio de Casos - Iniciativa: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo
 Primera Fase



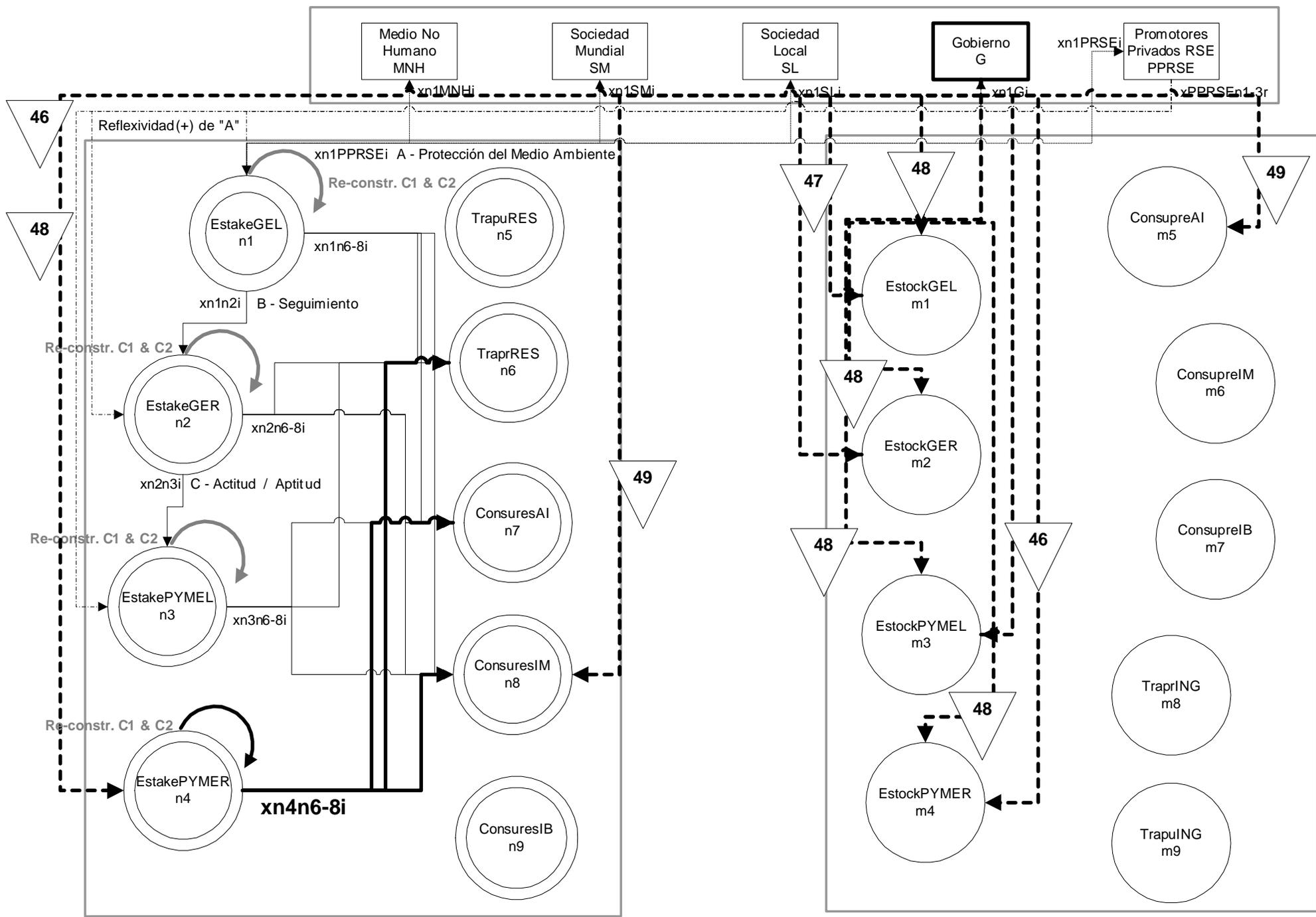
Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Estudio de Casos - Iniciativa: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo
 Segunda Fase



Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Estudio de Casos - Iniciativa: Apoyo a la Comunidad
 Primera Fase



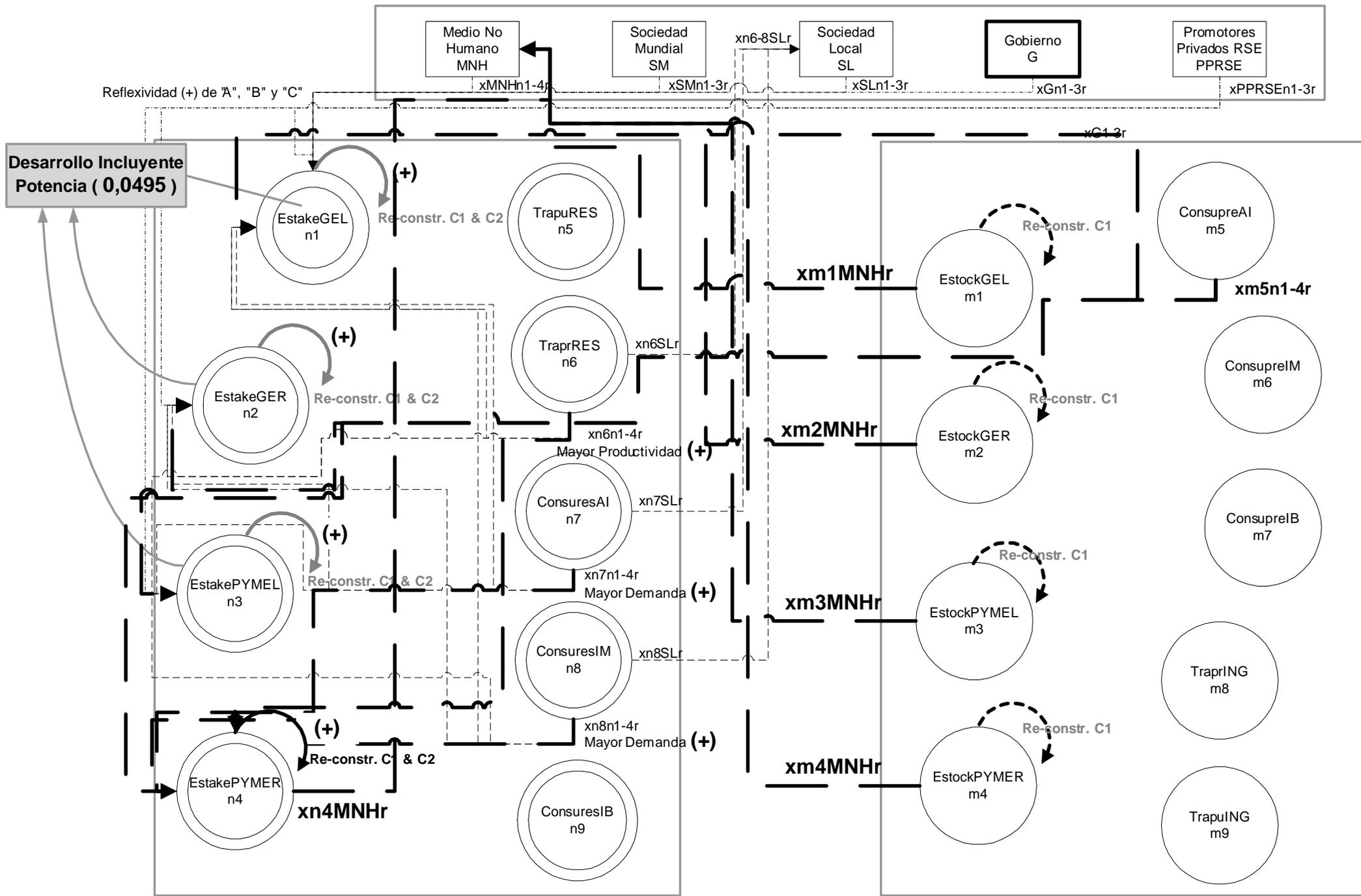
Desarrollo Incluyente: Empresañalidad Responsable y Reflexividad Social
Estudio de Casos - Iniciativa: Apoyo a la Comunidad
 Segunda Fase



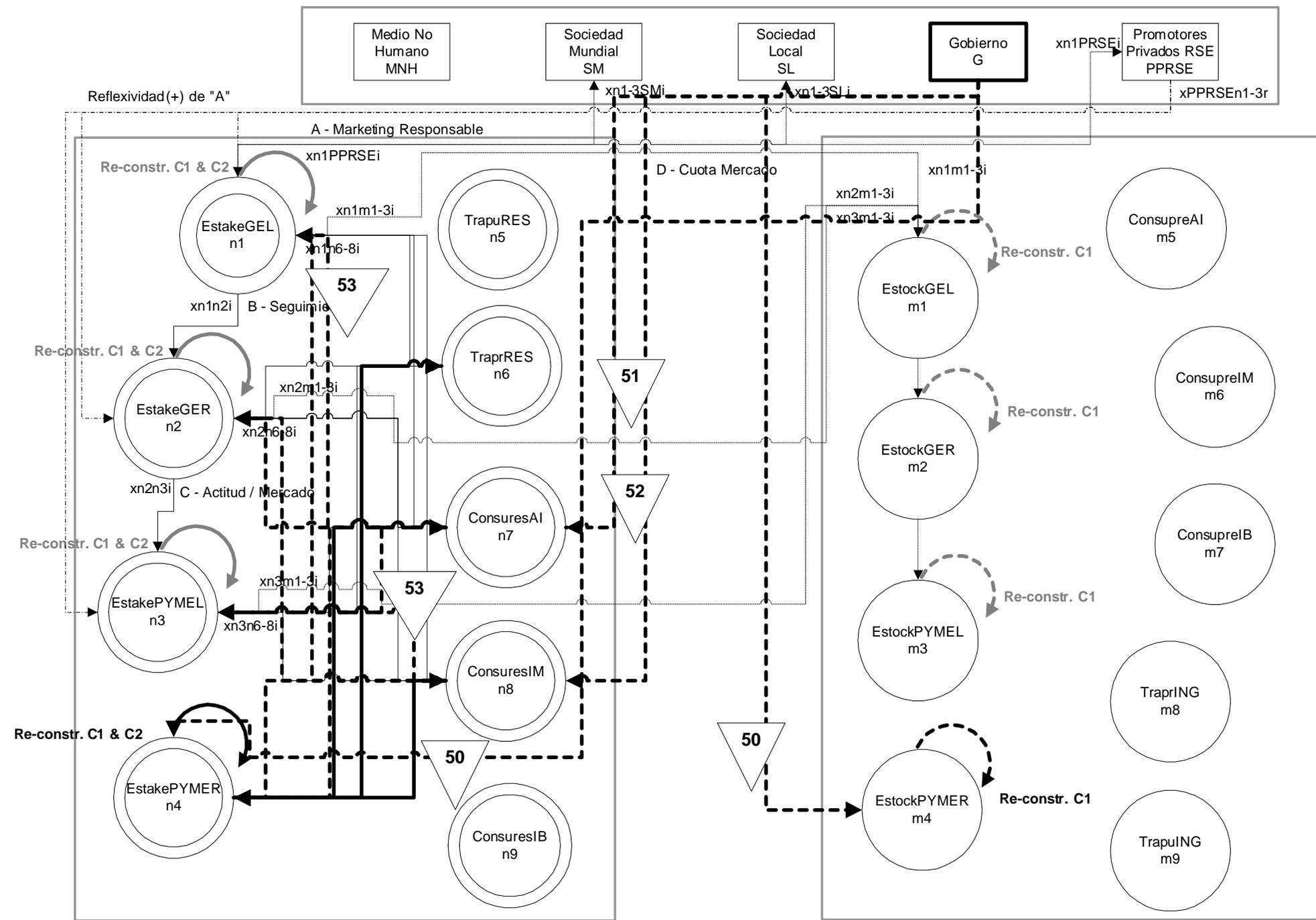
Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social

Estudio de Casos - Iniciativa: Protección del Medio Ambiente

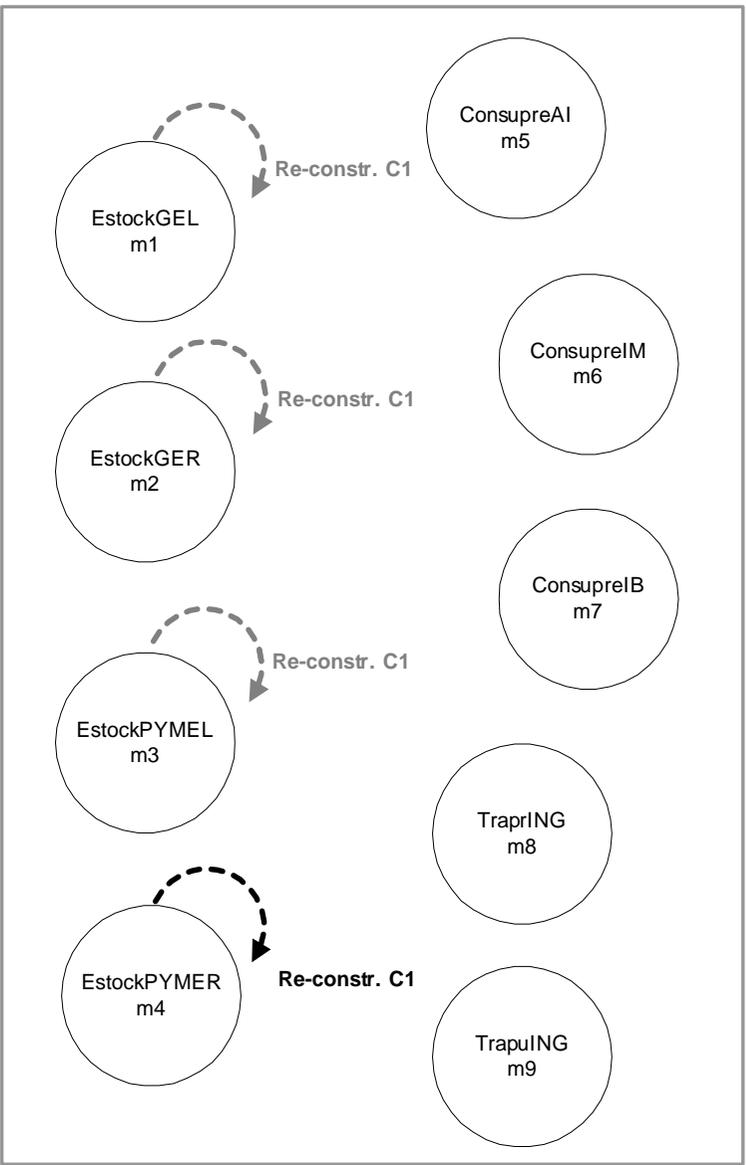
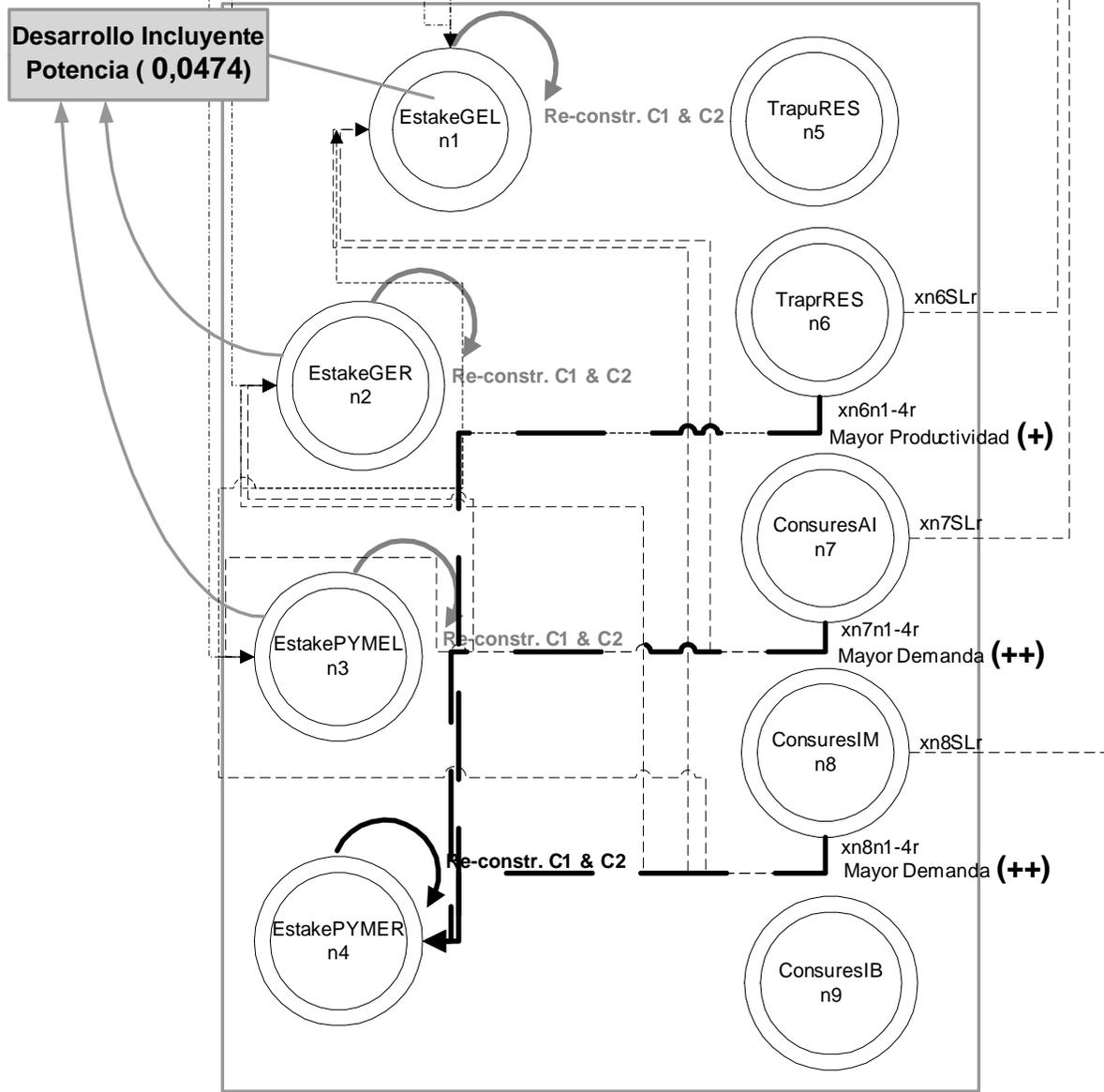
Primera Fase



Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Estudio de Casos - Iniciativa: Protección del Medio Ambiente
 Segunda Fase



Desarrollo Incluyente: Empresarialidad Responsable y Reflexividad Social
Estudio de Casos - Iniciativa: Marketing Responsable
 Primera Fase



Desarrollo Incluyente: Empresañalidad Responsable y Reflexividad Social
Estudio de Casos - Iniciativa: Marketing Responsable
 Segunda Fase

Matriz Xe.vpe.p

Matriz Potencia de Iniciativa de RSE: Valores y Principios Éticos

(Escala ascendente de 0 a 10; No reflexividad (+) relevante = 0; Máxima reflexividad (+) = 10)

$$Xe.vpe.p = [x_{ij} = (x_{ij} \text{ de } Xe.vpe.i)(x_{ij} \text{ de } X'e.vpe.r)]$$

$$\left[\begin{array}{l} i = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \\ j = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \end{array} \right]$$

Agentes	xn1	xn2	xn3	xn4	xn5	xn6	xn7	xn8	xn9	xm1	xm2	xm3	xm4	xm5	xm6	xm7	xm8	xm9	MNH	SM	SL	G	PPRSE
xn1	30	16	20	0	10	18	28	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	9	4	25
xn2	0	30	20	0	10	18	28	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	9	6	25
xn3	0	0	30	0	15	24	35	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	9	10	25
xn4	0	0	0	30	15	24	35	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	9	10	25
xn5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MNH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G	0	0	0	36	0	36	25	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PPRSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Estudio de Casos:

Potencia de Desarrollo Incluyente de Iniciativa de RSE: Valores y Principios Éticos

$$\text{Potencia } DI_{\text{Iniciativa RSE: Valores y Principios Éticos}} = \frac{\sum x_{ij} \text{ de } Xe.vpe.p}{\text{Max} (\sum x_{ij} \text{ de } Xe.vpe.p)}$$

$$\text{Potencia } DI_{\text{Iniciativa RSE: Valores y Principios Éticos}} = \frac{825}{26450} =$$

0,03119

Matriz Xe.ate.p

Matriz Potencia de Iniciativa de RSE: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo

(Escala ascendente de 0 a 10; No reflexividad (+) relevante = 0; Máxima reflexividad (+) = 10)

$$Xe.ate.p = [x_{ij} = (x_{ij} \text{ de } Xe.ate.i)(x_{ij} \text{ de } X'e.ate.r)] \left[\begin{array}{l} i = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \\ j = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \end{array} \right]$$

Agentes	xn1	xn2	xn3	xn4	xn5	xn6	xn7	xn8	xn9	xm1	xm2	xm3	xm4	xm5	xm6	xm7	xm8	xm9	MNH	SM	SL	G	PPRSE
xn1	49	64	64	0	0	56	30	30	42	0	0	0	0	20	20	20	0	0	0	9	25	25	16
xn2	0	49	64	0	0	56	30	30	42	0	0	0	0	20	20	20	0	0	0	9	25	25	16
xn3	0	0	49	0	0	56	30	36	42	0	0	0	0	20	20	20	0	0	0	4	25	25	16
xn4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MNH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PPRSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Estudio de Casos:

Potencia de Desarrollo Incluyente de Iniciativa de RSE: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo

$$\text{Potencia } DI_{\text{Iniciativa RSE: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo}} = \sum x_{ij} \text{ de } Xe.ate.p / \text{Max} (\sum x_{ij} \text{ de } Xe.ate.p)$$

$$\text{Potencia } DI_{\text{Iniciativa RSE: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo}} = 1267 / 26450 =$$

0,0479

Matriz Xe.ac.p

Matriz Potencia de Iniciativa de RSE: Apoyo a la Comunidad

(Escala ascendente de 0 a 10; No reflexividad (+) relevante = 0; Máxima reflexividad (+) = 10)

$$Xe.ac.p = [x_{ij} = (x_{ij} \text{ de } Xe.ac.i)(x_{ij} \text{ de } X'e.ac.r)]$$

$$\left[\begin{array}{l} i = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \\ j = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \end{array} \right]$$

Agentes	xn1	xn2	xn3	xn4	xn5	xn6	xn7	xn8	xn9	xm1	xm2	xm3	xm4	xm5	xm6	xm7	xm8	xm9	MNH	SM	SL	G	PPRSE
xn1	25	24	24	28	0	12	56	15	0	6	6	6	6	0	0	0	0	0	0	0	36	4	25
xn2	0	25	24	28	0	12	56	15	0	6	6	6	6	0	0	0	0	0	0	0	36	4	25
xn3	0	0	25	32	0	12	56	20	0	4	6	6	6	0	0	0	0	0	0	0	42	16	25
xn4	0	0	0	30	0	16	56	25	0	0	0	6	6	0	0	0	0	0	0	0	42	16	25
xn5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn7	16	16	16	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn8	16	16	16	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MNH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G	16	16	16	16	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PPRSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Estudio de Casos:

Potencia de Desarrollo Incluyente de Iniciativa de RSE: Apoyo a la Comunidad

$$\text{Potencia DI}_{\text{Iniciativa RSE: Apoyo a la Comunidad}} = \Sigma x_{ij} \text{ de } Xe.ac.p / \text{Max} (\Sigma x_{ij} \text{ de } Xe.ac.p)$$

$$\text{Potencia DI}_{\text{Iniciativa RSE: Apoyo a la Comunidad}} = 1222 / 26450 =$$

0,0462

Matriz Xe.pma.i

Matriz Impulso de Iniciativa de RSE: Protección del Medio Ambiente

(Escala ascendente de 0 a 10; No impulso (+) relevante = 0; Máximo impulso (+) = 10)

Impulsos generados por "Gobierno" - Conector 46.

Impulsos generados por "Gobierno" - Conector 49.

Agentes	xn1	xn2	xn3	xn4	xn5	xn6	xn7	xn8	xn9	xm1	xm2	xm3	xm4	xm5	xm6	xm7	xm8	xm9	MNH	SM	SL	G	PPRSE
xn1	7	6	6	0	0	4	7	3	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	6	5	5	4	5
xn2	0	7	6	0	0	4	7	3	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	6	5	5	4	5
xn3	0	0	7	0	0	4	7	3	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	6	3	5	4	5
xn4	0	0	0	7	0	4	7	3	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	6	3	5	4	5
xn5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0
xm2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0
xm3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0
xm4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0
xm5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MNH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PPRSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Impulsos generados por "Gobierno" Conectores 46, 47 y 48.

Matriz Xe.pma.p

Matriz Potencia de Iniciativa de RSE: Protección del Medio Ambiente

(Escala ascendente de 0 a 10; No reflexividad (+) relevante = 0; Máxima reflexividad (+) = 10)

$$Xe.pma.p = [x_{ij} = (x_{ij} \text{ de } Xe.pma.i)(x_{ij} \text{ de } X'e.pma.r)] \begin{cases} i = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \\ j = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \end{cases}$$

Impulsos generados por "Gobierno" - Conector 49.

Impulsos generados por "Gobierno" - Conector 46.

Agentes	xn1	xn2	xn3	xn4	xn5	xn6	xn7	xn8	xn9	xm1	xm2	xm3	xm4	xm5	xm6	xm7	xm8	xm9	MNH	SM	SL	G	PPRSE
xn1	56	24	24	0	0	16	49	15	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	36	25	15	12	25
xn2	0	56	24	0	0	16	49	15	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	36	25	15	12	25
xn3	0	0	56	0	0	16	49	15	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	36	9	15	12	25
xn4	0	0	0	56	0	16	49	15	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	36	9	15	12	25
xn5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0	0	0	0	36	0	0	0	0
xm2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0	0	0	36	0	0	0	0
xm3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0	0	36	0	0	0	0
xm4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	0	36	0	0	0	0
xm5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MNH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PPRSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Impulsos generados por "Gobierno" - Conectores 46, 47 y 48.

Estudio de Casos:

Potencia de Desarrollo Incluyente de Iniciativa de RSE: Protección del Medio Ambiente

$$\text{Potencia DI}_{\text{Iniciativa RSE: Protección del Medio Ambiente}} = \sum x_{ij} \text{ de } Xe.pma.p / \text{Max} (\sum x_{ij} \text{ de } Xe.pma.p)$$

$$\text{Potencia DI}_{\text{Iniciativa RSE: Protección del Medio Ambiente}} = 1308 / 26450 = \boxed{0,04945}$$

Matriz Xe.mr.p

Matriz Potencia de Iniciativa de RSE: Marketing Responsible

(Escala ascendente de 0 a 10; No reflexividad (+) relevante = 0; Máxima reflexividad (+) = 10)

$$Xe.mr.p = [x_{ij} = (x_{ij} \text{ de } Xe.mr.i)(x_{ij} \text{ de } X'e.mr.r)] \left[\begin{array}{l} i = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \\ j = n1, \dots, n9, m1, \dots, m9, MNH, SM, SL, PPRSE \end{array} \right]$$

Agentes	xn1	xn2	xn3	xn4	xn5	xn6	xn7	xn8	xn9	xm1	xm2	xm3	xm4	xm5	xm6	xm7	xm8	xm9	MNH	SM	SL	G	PPRSE
xn1	56	30	30	0	0	36	48	49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	25	36	25
xn2	0	56	30	0	0	36	48	49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	25	36	25
xn3	0	0	56	0	0	36	48	49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	42	36	25
xn4	0	0	0	56	0	36	48	49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	42	36	25
xn5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xn9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
xm9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MNH	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PPRSE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Estudio de Casos:

Potencia de Desarrollo Incluyente de Iniciativa de RSE: Marketing Responsible

$$\text{Potencia DI}_{\text{Iniciativa RSE: Marketing Responsible}} = \sum x_{ij} \text{ de } Xe.mr.p / \text{Max} (\sum x_{ij} \text{ de } Xe.mr.p)$$

$$\text{Potencia DI}_{\text{Iniciativa RSE: Marketing Responsible}} = 1300 / 26450 = \boxed{0,04915}$$

Anexo VIII
Funciones Frontera
Marco conceptual

Funciones Frontera – Marco conceptual

Álvarez (2001, p. 28) afirma que la noción subyacente detrás de las funciones frontera como las que caracterizaremos a continuación, permiten reconciliar el análisis empírico de la producción con la teoría económica, en la medida que conceptualicemos a la función de producción, a los costes y a los beneficios como fronteras.

Las “fronteras”, referentes prioritarios de los indicadores de eficiencia relativa de las respectivas DMUs integradas a las correspondientes evaluaciones de “mejores prácticas” observables, generalmente se clasifican en paramétricas y no paramétricas, a la vez que en estocásticas o determinísticas. La principal característica de estas últimas es que atribuyen toda la desviación respecto a la frontera, a la ineficiencia técnica. A este tipo de frontera está orientado el trabajo inicial de Farrell (1957). Una *función de producción frontera determinística* podría escribirse como: $Y = f(x) - u$, donde u es una perturbación aleatoria, mayor o igual que cero, que mide la distancia de cada empresa a la frontera de producción. Las fronteras de producción determinísticas ignoran el hecho fundamental de la naturaleza estocástica de la producción. Al suponer que la distancia a la frontera es totalmente atribuible a la ineficiencia de la empresa, no se tiene en cuenta que las empresas pueden verse afectadas por *shocks exógenos*, fuera del control del gestor, los cuales no incidirían de igual forma sobre todas las DMUs.

Por el contrario, Álvarez expone que “admitir la naturaleza estocástica de la producción es equivalente a suponer que el *output* está limitado superiormente por una frontera estocástica”. La producción puede, en este caso, modelizarse de la siguiente forma: $Y = f(x) + \varepsilon$, $\varepsilon = v - u$, donde la perturbación aleatoria v es un término de error simétrico que se supone idéntica e independientemente distribuido con media 0. El

término de error u se supone que es no negativo y que se distribuye independientemente de v . El componente aleatorio v representaría aquellos sucesos que antes hemos identificado como no controlables por el responsable de la DMU, mientras que u recoge la distancia de cada DMU a su frontera estocástica, representando una medida de su ineficiencia técnica. Por tanto, la frontera de producción estocástica será: $Y^* = f(x) + v$. Concluye Álvarez que en el caso de las fronteras de producción estocásticas, *el índice de eficiencia técnica* para la DMU_{*i*} puede calcularse como: $ET_i = Y_i / f(x_i) + v_i$, siendo DMU_{*i*} la *i*-ésima unidad de decisión incluida en la evaluación comparada.

Las otras dos grandes escuelas o metodologías –en términos de Pedraja y Salinas (2004, p. 66)- que difieren en la técnica utilizada para definir la frontera, se identifican como *aproximaciones paramétricas y no paramétricas* (Greene, 1993 y Coelli et. al., 1998). Entre las primeras encontramos a aquellas que especifican a priori una forma funcional con parámetros constantes del tipo Cobb-Douglas o translog, estimándose dichos parámetros de manera que las observaciones queden sobre o por debajo de la función. Consecuentemente, la eficiencia relativa, que se mide con respecto a la función seleccionada, será distinta según la forma funcional especificada a priori. En esta tipología generalmente incluimos las fronteras estocásticas antes descritas. Por el contrario, las *aproximaciones no paramétricas* no requieren de una delimitación a priori de la forma funcional, siendo suficiente con respetar unas propiedades formales relativamente flexibles y no tan exigentes. Pedraja y Salinas indican que “los datos en este caso son envueltos, pero no por una función cuyos parámetros son estimados, sino determinando si cada punto observado puede considerarse que pertenezca o no a la frontera bajo los supuestos seleccionados”. La solución se alcanzará mediante la resolución de un sistema de ecuaciones lineales apropiadamente definidas, ejecutado

para cada DMU observada. En general nos encontraremos aquí con esquemas determinísticos, que explicarán toda la distancia a la frontera por razones de ineficiencia. Dentro de este segundo grupo se incluye el *Análisis Envolvente de Datos (DEA)* que, siguiendo a Pedraja y Salinas, ha tenido un muy notorio desarrollo teórico, en particular dirigido a la medición de la eficiencia del sector público.

Las oportunidades que plantea el DEA son también destacadas por Cansino (2001, p. 261). Como veremos más adelante, una de las interpretaciones de las estimaciones obtenibles del DEA es que pueden actuar como “precios virtuales”. Todo lo expuesto, el DEA lo expresa en una medida o índice de eficiencia global, incluida la valoración conjunta de los respectivos *inputs* y *outputs*. Para Cansino, el DEA representa “un punto de partida” para el cálculo de las desviaciones entre valores previstos y resultados alcanzados. No obstante, y como lo sostiene Macedo (2004, p. 5), deben considerarse algunas limitaciones de la técnica, respecto a las cuales también se manifiestan Pedraja y Salinas (2004, p. 73), lo que oportunamente analizaremos en detalle. Entre ellas, y a modo de avance, se destaca su carácter determinístico. No constituye una técnica estadística, lo que imposibilita contar con indicadores de significación y confianza sobre sus resultados. Su dependencia de escasas observaciones, adicionalmente, la hace muy sensible a valores extremos (*outliers*), los que podrían distorsionar la frontera de eficiencia.

Finalmente, en esta caracterización general con que hemos iniciado este anexo, se debe resaltar (Charnes, 1997, p. 6) que el DEA actúa sobre observaciones reales, por lo que producirá una medida de “eficiencia relativa”. En efecto, la eficiencia relativa de cada DMU es calculada en relación con todas las demás DMUs, utilizando las observaciones reales de los *outputs* y los *inputs* de cada DMU. Los programas DEA han

sido diseñados para maximizar la puntuación correspondiente a la eficiencia relativa de cada DMU, sujetos a la condición de que el conjunto de “pesos” obtenidos de esta manera para cada DMU, deben ser posibles para todas las demás DMUs incluidas en el cálculo. Entonces, el DEA producirá una línea quebrada (*piecewise linear envelopment frontier*) representativa, en términos económicos, de la frontera de las “mejores prácticas reveladas”: el máximo *output* empíricamente obtenible por cualquiera de las DMUs observadas, dado el nivel de *inputs*.

La formulación fraccional expuesta en el Cuadro VIII.1 que acompañamos, está asociada a los trabajos de Charnes, Cooper y Rhodes (1978 y 1979), cuyo objetivo, al plantear el modelo DEA de esta forma, era calcular la

Cuadro VIII.1: *El modelo DEA – CCR⁽¹⁾ tradicional ...*

$$\text{Max}_{u, v} h_0 = \frac{\sum_{r=1}^s u_r y_{r0}}{\sum_{i=1}^m v_i x_{i0}}$$

Sujeto a:

$$\sum_{r=1}^s u_r y_{rj} / \sum_{i=1}^m v_i x_{ij} \leq 1$$

$$j = 1, 2, \dots, n$$

$$u_r, v_i \geq 0$$

$$h_0^* = 1 \Rightarrow \text{DMU}_0 \text{ EFICIENTE.}$$

$j \Rightarrow$ “n” entidades con *inputs* y *outputs* iguales, en diferentes cantidades.

$x_{ij} \Rightarrow$ *inputs* “i” (1,2,...m) consumidos por la j-ésima entidad.

$y_{rj} \Rightarrow$ *outputs* “r” (1,2,...s) producidos por la j-ésima entidad.

$x_{i0}, y_{r0} \Rightarrow$ *inputs* y *outputs* de la unidad de decisión cuya eficiencia se evalúa (DMU₀).

$u_r^*, v_i^* \Rightarrow$ ponderaciones de los *outputs* y de los *inputs*. “Precios” que maximizan el valor de los *outputs* de la DMU₀ según al “coste” de sus *inputs*.

(1) – Charnes, Cooper y Rhodes (1978).

eficiencia en las entidades públicas sin fines de lucro. Las variables v_i y u_r pueden ser consideradas como “precios” (ponderaciones) que maximizan el valor de los *outputs* de la DMU₀ con respecto al “coste” de sus *inputs*, es decir, maximizan una suma ponderada de *inputs*, con la restricción de que utilizando esas mismas ponderaciones, ninguna otra DMU debería obtener una ratio *output/input* mayor que 1, representando el valor $h_0^* = 1$ la eficiencia máxima. El método respeta la elección de combinaciones alternativas de *inputs* y *outputs* por cada DMU, tratando de encontrar el conjunto de ponderaciones más favorables. Según Coelli (1996, p. 9), la mejor forma de introducir

el DEA es a través del concepto de ratios. En un esquema similar, expone la siguiente modelización:

$$\max_{u, v} (u' y_i / v' x_i),$$

s.a.

$$u' y_i / v' x_j \leq 1, \quad j = 1, \dots, N \quad u, v \geq 0$$

El autor del *software DEAP (Data Envelopment Analysis Program)*, establece que para cada DMU se buscará obtener el valor de la ratio entre todos los *outputs* y todos los *inputs*, tal como $u' y_i / v' x_i$, donde u es el vector $M \times 1$ de las ponderaciones de los *outputs* y v es el vector $K \times 1$ de las ponderaciones de los *inputs*. En suma, aplicar el programa implicará identificar los valores de u^* y v^* que maximicen la eficiencia de la DMU i -ésima, ajustándonos a la restricción de que todos los valores de la ratio deben ser iguales o menores a 1. Finalmente y a los efectos de evitar las infinitas soluciones de tipo $(\alpha u^*, \alpha v^*)$, adiciona al precedente modelo la restricción: $v' x_j = 1$, con lo que plantea la estructura conocida como “forma multiplicativa” (*multiplier form*):

$$\max_{u, v} \mu' y_i,$$

s.a.

$$v' x_j = 1,$$

$$\mu' y_i - v' x_j \leq 0, \quad j = 1, \dots, N \quad \mu, v \geq 0$$

Los modelos hasta aquí referenciados, identificados generalmente como CCR (Charnes, Cooper y Rhodes), solamente serían apropiados cuando todas las DMUs están operando a escala óptima. Pero la competencia imperfecta o restricciones financieras, entre otros factores, pueden invalidar esta situación. Banker, Charnes y Cooper modifican el CCR y crean el BCC, en base a escalas variables. Consecuentemente, (Coelli, 1996, p. 17), a los modelos vistos se les debe adicionar la restricción de convexidad: $\sum \lambda = 1$, donde λ es un vector $N \times 1$ de 1s. Esta formulación delimita un casco más apretado que el casco cónico del CCR y por tanto provee índices de eficiencia mayores o iguales a los del CCR.

En la abundante literatura especializada y trabajos afines, identificamos una expresión alternativa del problema lineal, expresando la envolvente en términos matriciales, la que nos será de utilidad para describir parte de nuestra propuesta, por lo que a continuación incluimos sus aspectos más relevantes (López, Esteban y Coll, 2003, p. 438):

$$\min_{\theta, \lambda} \theta$$

s.a.:

$$Y\lambda \geq y_0 \quad \theta x_0 \geq X\lambda \quad \lambda \geq 0$$

donde: Y es una matriz de *outputs* de orden $(s \times n)$, X es una matriz de *inputs* de orden $(m \times n)$, y_0 y x_0 representan el vector de *output* e *input*, respectivamente, de la DMU que está siendo evaluada, λ es el vector $(n \times 1)$ de pesos o intensidades y θ denota la puntuación de eficiencia (técnica).

Si la solución óptima de la forma envolvente resulta ser $\theta^* = 1$, entonces la DMU será eficiente, de acuerdo a la definición de Farrell (1957), en relación con las otras entidades, puesto que no es posible encontrar ninguna DMU o combinación lineal que obtenga al menos el *output* de la evaluada utilizando menos factores. En caso contrario, la DMU será catalogada de ineficiente; es decir, si $\theta^* < 1$, entonces será posible obtener, a partir de los valores λ_j^* , una combinación de entidades que funcione mejor que la evaluada.

El problema matricial, tal y como está definido, es resuelto en una única etapa, de forma que las variables de holgura s^+_r (variable de holgura *output*) y s^-_i (variable de holgura *input*) son obtenidas en forma residual. Por tanto, es posible que no satisfaga la condición de eficiencia de Pareto-Koopmans, más restrictiva que la de Farrell, según la cual una entidad es eficiente si y solo si $\theta^* = 1$ y todas las holguras son cero; de no ser así, la entidad es calificada como “ineficiente”.

A nivel práctico, uno de los resultados DEA que puede resultar más interesante (López, Esteban y Coll, 2003, p. 439) consiste en la obtención, para cada DMU ineficiente, de un punto de proyección (\hat{x}_0, \hat{y}_0) sobre la frontera eficiente, que represente a una entidad (real o virtual) eficiente, la cual, en un modelo *input* orientado, consumirá, como mucho, la proporción θ de los *inputs* de la entidad evaluada y producirá, al menos, la misma cantidad de *outputs*. El referido punto de proyección vendrá dado por $(\hat{x}_0 = \lambda^* X, \hat{y}_0 = \lambda^* Y)$, o lo que es lo mismo $(\hat{x}_0 = \sum_{j=1}^N \lambda_j^* X_j, \hat{y}_0 = \sum_{j=1}^N \lambda_j^* Y_j)$. Conocidas para la entidad ineficiente las coordenadas de su proyección sobre la frontera, es posible determinar otros dos importantes resultados: sus

valores (*inputs* y *outputs*) objetivos y la mejora potencial que debería promoverse. Los valores objetivos, también conocidos como *targets*, son los niveles *input* y *output* que, en caso de alcanzarlos, convertirían a una DMU ineficiente en eficiente.

Finalmente, López, Esteban y Coll (2003, p. 439) identifican algo propio de los esquemas radiales, que en nuestra secuencia metodológica deberemos, al menos parcialmente, superar. En un esquema de índices radiales, la mejora potencial de una DMU ineficiente, puede ser descompuesta en:

- La *mejora proporcional*, derivada de la reducción radial: si x_0 representa el vector de *inputs* de la DMU que está siendo evaluada, y θ su puntuación de eficiencia técnica, entonces $(1 - \theta x_0)$ indicará la cantidad en que deberían reducirse radial o proporcionalmente todos los *inputs* de la DMU ineficiente.
- La *mejora de holgura*, derivada de la reducción-holgura: la diferencia entre los valores *input* objetivo y la reducción radial, indicará la cuantía en que adicionalmente ésta debe reducir sus *inputs* como consecuencia del movimiento de holgura (desplazamiento a lo largo de la frontera).

Los temas tratados en los últimos párrafos requieren de las correspondientes definiciones y caracterizaciones mínimas complementarias, lo que impulsa a realizar, a continuación, una sintética alusión a las diversas formas de medición de la *eficiencia* y las orientaciones alternativas del cálculo, lo que en los métodos no paramétricos como el DEA, dependerá, según González (2001, p. 148), del tipo de índice elegido. Álvarez (2001, p. 27) establece que existen dos formas básicas de medir la *eficiencia técnica* de una DMU (más adelante nos referiremos a las distinciones entre Eficiencia Técnica Global y Eficiencia Técnica, así como, una vez incorporados los precios, a la Eficiencia

Asignativa): la primera, focalizando principalmente el uso de los *inputs*, mide la eficiencia calculando la ratio de los *inputs* necesarios para producir un determinado nivel de *outputs* sobre los *inputs* empleados. La segunda, basada en el *output*, calcula un índice de eficiencia como el cociente entre la producción real y la potencial. Concluye Álvarez que “la equivalencia de las medidas de eficiencia técnica orientadas al *input* y al *output* tiene lugar solamente cuando la función de producción presenta rendimientos constantes a escala (Färe y Lovell, 1978)”. López, Esteban y Coll (2003, p. 436) identifican a los modelos *input-orientados* (a los cuales les prestaremos nuestra mayor atención, dado el tipo de aplicación del DEA que sugerimos en el numeral 4 del trabajo), como aquellos que persiguen la máxima reducción proporcional en el vector de *inputs*, mientras permanece en la frontera de posibilidades de producción. En este sentido, una DMU no será “eficiente” siempre que fuere posible disminuir cualquier *input* sin alterar sus *outputs*.

Una segunda distinción con respecto a los índices de eficiencia, surge de las diferentes mediciones de las distancias entre una DMU “ineficiente” y la correspondiente “frontera de eficiencia”. Al respecto, se identifican dos categorías: los índices radiales y los índices no radiales. Los primeros, calculan el máximo incremento o reducción equiproporcional posible de todos los *outputs* o *inputs* (González, 2001, p. 148-150). Asimismo, pueden definirse índices parciales o unidimensionales de eficiencia cuando sólo se considera el objetivo de reducción de un *input* o el objetivo de incremento de un *output*. Si bien los índices radiales de eficiencia (Greene, p. 95) fueron introducidos por Debreu (1951) y Farrell (1957) para medir la proporción en que puede incrementarse tanto el vector de *outputs* (manteniendo constante el vector de *inputs*) o reduciendo el vector de *inputs* (manteniendo constante el vector de *outputs*), en adelante

nos concentraremos preferentemente en los aspectos vinculados a esta última posibilidad, dado nuestro interés particular y específico en el uso de la técnica.

Como bien lo destaca González, “radialidad es sinónimo de equiporcionalidad”, y por ello, oportunamente, deberemos prestar buena parte de nuestra atención a los índices alternativos: los índices no radiales, en la medida que procuremos profundizar en la propia composición de las respectivas funciones de producción de las DMUs observadas. Retornando a los índices radiales, la comparación o cuantificación de “distancia” se realiza con respecto a la proyección radial del proceso productivo evaluado sobre la frontera. Los índices de eficiencia técnica con orientación *input* (F^I) y *output* (F^O) de la DMU_i (DMU i-ésima), se definen, respectivamente, como:

$$F^I(x,y) = \min_{\theta} \{ \theta \mid (\theta x_i, y_i) \in T \}$$

$$F^O(x,y) = \min_{\theta} \{ \theta \mid (x_i, \theta^{-1} y_i) \in T \}$$

donde θ es un escalar perteneciente al intervalo (0,1] que mide la distancia radial que separa a la unidad i-ésima de la frontera, cada par de vectores (x,y) representa un proceso productivo y definimos a T como el conjunto de procesos productivos (x,y) que son tecnológicamente factibles, incluyendo dentro de éste a los específicamente observados. Si la unidad evaluada pertenece a la frontera, es imposible reducir equiporcionalmente los *inputs* o incrementar equiporcionalmente los *outputs*, y el índice toma el valor 1. Finalmente, cuando se consideran simultáneamente los objetivos de reducción de *inputs* e incrementos de *outputs*, se calcula el índice hiperbólico de eficiencia (F^H), que se define de la siguiente manera:

$$F^H(x,y) = \min_{\theta} \{ \theta \mid (\theta x_i, \theta^{-1} y_i) \in T \}$$

El índice F^H impone la radialidad en ambos sentidos (*input* y *output*), midiendo la distancia hacia la frontera a lo largo de la hipérbola que pasa por el proceso evaluado.

Por otra parte, los índices *no radiales* (González, 2001, p. 151) procuran superar ciertos inconvenientes de los índices radiales. Estos últimos presentan la ventaja de permitir una clara interpretación económica de sus resultados, en términos de costes e ingresos, debido a su correspondencia con las funciones de distancia de Shephard (1953). Al medir la máxima reducción equiproporcional posible en los *inputs*, el índice radial está expresando la máxima reducción posible en el coste. Sin embargo, afirma González que “los índices radiales presentan un inconveniente muy importante que cuestiona su validez en aplicaciones prácticas”. Al buscar un proceso de comparación en la frontera a lo largo del radio vector que pasa por la unidad evaluada, “nada garantiza que dicho proceso pertenezca al subconjunto eficiente del CPP, definido este último como el conjunto T de procesos productivos (x,y) que son tecnológicamente factibles. En los casos que esto no suceda, el índice no recoge toda la información sobre las posibilidades de incrementar la eficiencia de la unidad evaluada, *sino que el valor del índice queda limitado por el input que menos pueda reducirse*”.

Los índices *no radiales* permitirían superar la citada dificultad. El índice de Russel (González, 2001, p. 152), introducido por Färe y Lovell (1978), es el índice no radial más conocido y calcula la máxima reducción promedio que es posible alcanzar en los *inputs*, manteniendo inalterado el vector de *outputs*. La definición matemática del índice de Russell con orientación *inputs* R^I es la siguiente:

$$R^I(x_i, y_i) = \min_{\theta} \left\{ \sum_{m=1}^M \theta_m / M \mid (\theta_1 x_{1i}, \dots, \theta_M x_{Mi}, y_i) \in T, \theta_m \in [0, 1] \forall m \right\}$$

El índice Russell, según lo explica González, “tiene la ventaja de comparar la unidad evaluada con una unidad perteneciente al subconjunto eficiente CPP. Sin embargo, presenta el inconveniente de alterar la composición del proceso productivo de referencia, con lo que, en ocasiones, es criticado por incorporar ineficiencias de carácter asignativo en el índice de eficiencia técnica”.

Pedraja, Salinas y Suárez (2001, p. 245), tomando en consideración los precios, en su trabajo sobre la medición de la eficiencia en el sector público, definen a la *eficiencia asignativa* en general, como aquella que “refleja en qué medida los *inputs* se emplean en unas proporciones adecuadas, dados sus precios y productividades en el margen. La *eficiencia asignativa* implica, por tanto, alcanzar el coste mínimo de producir un nivel dado de producto o servicio”. Sin perjuicio, reconozcamos, aunque más no sea en forma breve, las dificultades metodológicas que aún subsisten en el DEA, tales como las que surgen ante la existencia de objetivos diferentes entre las DMUs observadas, la presencia de factores exógenos y ambientales, ambos fuera de control por parte del gestor, así como las restricciones que implica estar frente a una técnica no paramétrica y determinística (Pedraja y Salinas, 2004, p. 73).

El trabajo consultado destaca la diferencia existente entre evaluar las DMUs públicas según las ponderaciones más favorables o intentar ordenarlas. Afirman que “al menos dos condiciones deberían producirse para que dicha ordenación fuera posible: que los objetivos o dimensiones del *output* fueran los mismos para todas las unidades y que los pesos, es decir, la valoración social de unos objetivos (dimensiones) con respecto a otros, sean análogos”. Las limitaciones aparecen cuando constatamos que los objetivos no están definidos o son difíciles de cuantificar, por lo que generalmente son sustituidos por *proxies* representativas. Por otra parte, la “flexibilidad” en la selección

de las respectivas ponderaciones de *inputs* y *outputs* en las DMUs observadas, promueve críticas sobre su potencial impacto en los resultados del análisis. Tal el caso de distorsiones provocadas por la subvaloración de factores “ineficientes” o, en otros términos, ratios de “eficiencia” calculadas sobre *outputs* e *inputs* realmente secundarios. Concluyen Pedraja y Salinas que “aunque cierto grado de flexibilidad en los valores asignados a las ponderaciones podría ser deseable para que las unidades puedan reflejar sus circunstancias particulares, no pueden aceptarse que esas ponderaciones sean completamente diferentes para las distintas unidades”. Consistentemente con dicho aserto, la propuesta que efectuamos, basada en *actividades*, impulsará una homogeneidad mínima entre los gestores públicos a ser comparados.

El control de los responsables de las DMUs sobre todos los diversos *inputs*, es también un supuesto del modelo que, en general, no se verifica en la práctica. Factores ambientales y exógenos escapan a su dominio, no obstante su notorio peso en los *outputs* obtenibles. Unos y otros deben ser claramente diferenciados, en particular para su consecuente tratamiento, incluyéndose en el modelo a estos últimos, mientras los primeros deberían ser parte de los “análisis de segunda instancia” (Muñiz Pérez, 2001, p. 198).

Pedraja y Salinas también desarrollan los problemas derivados del carácter no paramétrico y determinístico del DEA, en especial los vinculados a temas como la “sensibilidad de los resultados a las especificaciones del modelo” –selección de variables y tipo de rendimiento a escala, no pudiendo ser aplicados tests como R^2 o F-, la potencial inclusión de “datos inapropiados” –valores extremos y escasez relativa de observaciones-, las “estimaciones puntuales” que provee el DEA –lo que imposibilita reconocer la significatividad de las diferencias entre dos estimaciones o realizar

inferencias- y los “datos perdidos” (*missing data*), no pudiendo ser implementados procedimientos sí disponibles en aproximaciones paramétricas, basados en diversos algoritmos de imputación. Afirman Pedraja y Salinas que “el problema resulta especialmente complejo, en la medida en que los datos perdidos pueden afectar a la construcción de la propia frontera, según el analista opte por eliminar a las variables con datos perdidos, aunque el *input* o *output* en cuestión se considere globalmente relevante. Los autores destacan los trabajos de Kousmanen (2002), que utiliza de forma conjunta variables *dummies* en las entradas para las que no existen datos (cero para los *outputs* y un valor suficientemente alto para los *inputs*).

Sin perjuicio de la síntesis expuesta sobre distorsiones metodológicas, Pedraja y Salinas –en cuyo trabajo se puede encontrar un desarrollo exhaustivo del tema– advierten de avances hacia soluciones en diversos puntos antes mencionados. Tal el caso de los “datos incorrectos”, fundamentalmente en los correspondientes a las DMUs “eficientes” que integran la frontera y, consecuentemente, puntos de referencia para las DMUs “ineficientes, para lo cual destacan los estudios de Andersen y Petersen (1993) y Wilson (1995), sobre “índices de supereficiencia, que levantando el supuesto de máximo igual al valor 1, indican en qué medida una unidad eficiente potencialmente estaría alejada de la frontera formada por las restantes unidades. Adicionalmente, enfatizan sobre la gravedad de la escasez relativa de observaciones en relación con el número de variables incluidas en el análisis de eficiencia, lo que puede afectar la fiabilidad de los resultados obtenidos por el modelo DEA, como oportunamente adelantáramos. En efecto, el número de dimensiones libres se reduce a medida que incorporamos nuevas variables, y con ello aumenta la oportunidad de que cada unidad sea considerada eficiente, como consecuencia de la flexibilidad del modelo. Finalmente

y con respecto a la característica “puntual” de los índices de eficiencia del DEA, los autores mencionan los aportes de Wilson & Simar (1995), Löthgren & Tambour (1997) y Simar & Wilson (1998), quienes han propuesto la utilización de técnicas de *bootstrapping*, con la finalidad de construir intervalos de confianza para los índices de eficiencia. .

Los “factores exógenos” -según Muñiz Pérez (2001, p. 198)- deben ser considerados en los modelos DEA, como parte de la evaluación de la conducta del gestor, incluso a los efectos de calificar los *outputs* perseguidos, en tanto estén o no a su alcance. La inclusión corresponde realizarla como parte del sistema, evitando su consideración en “análisis de segunda etapa”, como sí lo recomienda para los “factores ambientales”, los que básicamente se identifican con intentos de explicar las conductas “ineficientes”.

En suma, como lo exponen Golany y Roll (1997, p. 313), la metodología DEA, desarrollada por Charnes, Cooper y Rhodes en el año 1978 según el modelo que desde entonces conocemos como CCR y diseñado para evaluar la eficiencia relativa de las DMUs de acuerdo con las “prácticas” observables, conjuntamente con las múltiples incorporaciones conceptuales de que fue objeto, ha obtenido una extendida aceptación.

La incorporación de estándares al DEA es utilizada por Golany y Roll para introducir “condicionamientos” en el modelo, enriqueciendo el marco de análisis de los propios datos observados del conjunto de DMUs. Este mecanismo guarda relación con los esfuerzos por limitar la excesiva variabilidad o “flexibilidad” de la metodología. Al respecto, las dificultades surgen al momento de seleccionar los “límites”, por lo que la información contenida en las DMUs estándar “pueden servir de guía para ubicar dichos

límites” (Golany y Roll, 1997, p. 321). En contraste con las alternativas tradicionales de “limitación de pesos”, que tienen influencia directa en el modelo, adicionando o cambiando restricciones, la incorporación de estándares tiene un efecto indirecto en el mecanismo de evaluación de la eficiencia del DEA. No adiciona o cambia la estructura de restricciones, ampliando solamente el conjunto de referencias. La estructura de Coeficientes de Desarrollo Incluyente emergentes de nuestro *Modelo Teórico*, se constituirían en referentes de dichos estándares.

Anexo IX
La RSE en el espacio iberoamericano
Material seleccionado de trabajos previos.

La RSE en el espacio iberoamericano¹

En un ámbito cultural más próximo a Europa, especialmente si nos desplazamos hacia el sur de América Latina, el enfoque de la *RSE* actualmente migra –al igual que ocurre en el continente europeo-, de un posicionamiento filantrópico, hacia una visión más cercana a la *Business Ethics*, incluso en movimientos originariamente impulsados por la Iglesia Católica, como es el caso de *DERES –Desarrollo de la Responsabilidad Social-*, una de las organizaciones pioneras en la difusión del tema en Uruguay. En su definición de la *RSE*: “una visión de negocios que integra en la gestión empresarial y en forma armónica, el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente”,² Cabe destacar su perspectiva de negocio: “para que la *RSE* sea básica para la empresa, debe ser tratada como un caso de negocios”.³

La misión de entidades como *DERES* en Iberoamérica, se orienta, en general, a la creación de redes de “empresas, sectores académicos y actores sociales vinculados a la problemática social, que generen: (a) Un concepto claro y preciso del nuevo rol de las organizaciones empresariales, basado en la experiencia y principios de las ciencias sociales y, en especial, empresariales; (b) Una conciencia profunda en el ámbito de las empresas y distintos actores involucrados, de estos nuevos roles; y (c) Herramientas que faciliten a las empresas la implementación e incorporación de la *RSE* en su gestión”.⁴ Prácticamente todos los países de la región poseen organizaciones que promueven y

¹ Extractado de Pées Boz, E.S. (2006): Responsabilidad Social Empresaria – Análisis económico en el espacio iberoamericano, Trabajo de Investigación para la obtención del DEA, Universidad de Sevilla, Dpto. de Teoría Económica y Economía Política, Enero de 2006.

² Desarrollo de la Responsabilidad Social, [www.deres.org.uy], p. 9.

³ Ibidem, p. 10.

⁴ DERES (2005a): Responsabilidad Social Empresaria - Manual de Primeros Pasos, [www.deres.org.uy], p. 3.

fomentan la *RSE*, algunas de ellas creadas por el sector empresarial y otras desde la sociedad civil.⁵

La *Red Forum Empresa* posee, en la actualidad, más de 18 organizaciones empresariales, que representan a 16 países de la región y que entre ellas reúnen a más de 3.500 empresas. Junto a esta Red, también operan Consejos Nacionales de Empresas por el Desarrollo Sustentable, los que se integran al *Consejo Mundial de Empresas por el Desarrollo Sustentable* (WBCSD). A estas iniciativas, se suman las organizaciones que promueven los principios del *Global Compact* de las Naciones Unidas, organizaciones de la sociedad civil en Responsabilidad Social como *Red Puentes*, así como proyectos que financia actualmente el BID-FOMIN, en la promoción de la *RSE* y a escala regional. En suma, más de 100 organizaciones están debatiendo y fomentando la *RSE* en la región.⁶

Cabe acotar, sin embargo, que existen posturas críticas al desarrollo del tema en Iberoamérica, con respecto, fundamentalmente, a la definición de sus criterios rectores “desde el Norte, debido a una incipiente, aunque creciente, participación del Sur”.⁷ Lo expuesto, se reflejaría en una falta de integración efectiva de la *RSE* a las actividades principales de negocio, así como en la confusión de términos y conceptos, interpretando –en muchos casos–, la Inversión Social Empresarial o filantropía, con la *RSE*. Las fundaciones que las corporaciones crean a tal fin, “se mantienen al margen de las prácticas cotidianas de la empresa y tienen, como único objetivo, la financiación de

⁵ Vega, H. (2005): Visión del estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina, [<http://www.mes-d.net/Html/index.html>].

⁶ Ibidem.

⁷ Hupperts, P. (2005): Responsabilidad Social Empresarial en los países del Sur: el otro contexto, Alianza Global Jus Semper, [<http://www.jussemp.org>].

proyectos que contribuirán a su buena imagen”. Por otra parte, mientras en Europa se contaría con el control social de una sociedad civil atenta y participativa, en los países iberoamericanos, dicho esto en términos generales, la misma se encontraría “débilmente desarrollada, y el gobierno no es suficientemente sólido como para contrarrestar la actividad empresarial. Los consumidores, por su parte, no representan aún un poder significativo”.⁸

La propia promoción y financiación del tema en la región, es objeto de argumentaciones contrarias. P. A. Haslam, examinando la procedencia de los recursos orientados a tal fin, concluye que los negocios privados, en muchos casos, adoptan los códigos de la *RSE*, no de manera voluntaria. Por el contrario, las empresas se encontrarían en el centro de un sistema de presiones -por parte de instituciones multilaterales como el Banco Mundial, organizaciones regionales como la OEA, BID, y la OCDE, gobiernos extranjeros y corporaciones multinacionales, otras entidades financieras, instituciones académicas y actores de la sociedad civil, incluyendo organizaciones no gubernamentales (ONGs) del sector privado y ONGs internacionales independientes-, que las condicionarían. Y lo verdaderamente importante de este sistema, que lo distinguiría de lo que ocurre en el mundo desarrollado, sería el papel que desempeñan los actores foráneos o internacionales, al establecer la agenda de la *RSE*. Consecuentemente, Haslam pondrá en duda la efectiva internalización del tema, expresando que “en América Latina, el problema clave radica en cómo convertir los compromisos con la *RSE*, en resultados de la *RSE*”.⁹

⁸ Ibidem.

⁹ Haslam, P.A. (2004): The “Animal Spirits” of Development - How Is Corporate Social Responsibility Faring in Latin America?, Revista Futuros No 6, 2004, Vol. II, [<http://www.revistafuturos.info>].

Las diferencias y prioridades en la implementación de los diversos componentes de la *RSE*, entre España e Iberoamérica, son también destacadas por Rojas Orduña, cuando establece como “llamativo comprobar que la *RSE* es un concepto común en Latinoamérica y en España, pero que sus prioridades son diferentes entre unos y otros países, dependiendo no sólo de su nivel de desarrollo, sino también del momento por el que cada uno esté atravesando”.¹⁰ Así, en España existiría una mayor preocupación por el gobierno corporativo y la transparencia en la información, en México las empresas se ocupan principalmente de apoyar acciones dirigidas a la comunidad y en la protección al entorno ecológico, mientras que en Argentina hay grandes compañías que tenían dificultades para realizar algunas de sus actuaciones, debido a la crisis económica de los últimos años.

En este último país, la aplicabilidad de la Ley 25.250 sobre *Balance Social*, es discutida por el sector empresarial, en la medida que entienden que “los estándares surgen en un contexto de desarrollo totalmente diferente al de Argentina, con lo cual, en muchos casos, estos índices serían muy difíciles de alcanzar. Las demandas de los *stakeholders* en nuestro país, son diferentes a las que puedan suscitarse en los EEUU o en Europa”.¹¹ Encuestas de opinión realizadas, convalidan las diferencias de criterios y prioridades de la región. Al respecto y ante interrogantes similares, “en los países como Chile, de *producto per cápita* medio, importa más la marca y reputación (41%), mientras que en EEUU es sólo 26%”. A medida que el país tiene más ingreso, en los consumidores pesa menos la “marca y la reputación” de la empresa y empiezan a pesar

¹⁰ Rojas Orduña, O. I. (2004): RSC: los casos de España, México y Argentina, Revista de Comunicación, Arte y Literatura, [www.dosdoce.com]

¹¹ Brandolini & Hopkins, de AB Comunicaciones, citados por Rojas Orduña, O. I. (2004): RSC: los casos de España, México y Argentina, Revista de Comunicación, Arte y Literatura, [www.dosdoce.com]

más elementos como “prácticas laborales” –28% en EEUU- e “impacto medioambiental” –16% en EEUU-. Una tendencia similar ocurre en cuanto a la exigencia de los consumidores: en tanto en Chile solamente el 5% ha efectivamente “castigado” la irresponsabilidad empresarial, en Canadá dicho porcentaje se elevaba al 14%.¹²

La CEPAL, luego de afirmar que la *RSE* “toma cada vez más fuerza en América Latina”, precisa que en atención a “que la comprensión moderna de la *RSE* tiene su origen en Europa y los EEUU, la agenda no incluye aún los temas de interés local. Por ejemplo, el rol legítimo de la empresa frente a los Retos del Milenio o a la reducción de la pobreza no tiene la prioridad que en realidad representan en la región. Probablemente, la consolidación de una masa crítica de empresas trabajando en el tema ayude a que las empresas y organizaciones de la región propongan una agenda que refleje el énfasis de las necesidades de la América Latina”.¹³

Desde nuestro punto de vista, la evaluación correcta de la coyuntura de la *RSE* en los países de Latinoamérica, América Central y del Caribe, en particular desde una perspectiva europea o de otras regiones desarrolladas, requiere de un reconocimiento previo de la situación socio-económica de esta región. Al respecto, no obstante la “globalización” en curso, son notorias las diferencias institucionales y de estándares de vida. ¿Qué ha pasado en el marco del desarrollo económico regional y por qué razón América Latina y el Caribe no han logrado todavía hacer frente a las demandas del rápido crecimiento de su población, de su creciente urbanización y, por tanto, de frenar

¹² [<http://www.accionrse.cl/home/home.html>]

¹³ Correa, M. E., Flynn, Sh. y Amit, A. (2004): Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial, CEPAL, Santiago de Chile, abril de 2004, p. 12, [www.eclac.cl].

o acaso resolver el problema de la extrema pobreza, y ofrecer condiciones para el mejoramiento del bienestar social, en forma equitativa, entre todos los sectores de la población?”,¹⁴ era la interrogante que, en noviembre de 2000, formulaba el Cr. Enrique V. Iglesias, actuando en su carácter de Presidente del Banco Interamericano de Desarrollo. En la búsqueda de respuestas, destacará la permanente influencia del “pecado original”, a saber, *la confianza en la estabilidad económica y política, de nuestros países*.¹⁵

Esta coyuntura socio-económica fundamenta que, en cierta medida, “las empresas no sólo asuman el desafío de ser rentables, competitivas, eficientes y generen la riqueza necesaria desde la lógica del negocio, sino que también deban asumir expectativas que la sociedad tiene de ellas, respecto de su responsabilidad en la superación de estas condicionantes sociales”.¹⁶ Y a pesar de que la imagen que la sociedad civil latinoamericana tendría de las empresas “no es de las mejores, no aparecen en las encuestas bien evaluadas y muchas veces son consideradas como abusadoras respecto de las condiciones laborales, ambientales y sociales”, lo sorprendente es que, no obstante, esperan de ellas múltiples aportes, que actualmente resumimos en el concepto de *RSE*.

Su implementación en Iberoamérica, “es incipiente, muy poco extendida, con gran variabilidad, dominada por la filantropía. Poco a poco se está tomando conciencia

¹⁴ Iglesias, Enrique (2000): Foreign Direct Investment Versus Other Flows to Latin America – Preliminary Remarks, OCDE – BID, Noviembre de 2000.

¹⁵ Pées Boz, Enrique S., 2003, p. 254.

¹⁶ Vega Castro, J.M. (2005): Barreras para la RSC en Latinoamérica, [<http://www.mes-d.net/Html/index.html>].

del impacto en la competitividad de prácticas más amplias de *RSE*".¹⁷ Tal la caracterización que de la región realizaba Antonio Vives¹⁸ en el año 2004. En el mismo evento, Peinado Vara establecía que en un marco donde la "evidencia es circunstancial, escasa y a veces contradictoria, falta un sistema de medición claro y uniforme."¹⁹ No obstante, se aprecian avances, con la presencia creciente de empresas social y ambientalmente responsables, aunque aún son minoría. La situación de la *RSE* a comienzos del año 2005, permitía destacar aspectos como que, para entonces, ya 222 empresas de Argentina habían firmado el compromiso *Global Compact* de las Naciones Unidas, 86 de Brasil y 40 de Panamá, entre otros países iberoamericanos.²⁰

Pocos meses antes, CEPAL proponía el siguiente diagnóstico regional, en materia de *RSE*: (i) Más de 1.000 empresas ya se habían asociado a la red *Forum Empresa*,²¹ en tanto que la filial regional del *WBCSD*²² ya contaba con 300 miembros; (ii) Para entonces, más de 1.400 compañías de la región, habían obtenido la certificación ISO 14.001, sobre Sistemas de Gestión Ambiental; (iii) No obstante, solamente 6 empresas habían publicado Memorias de Sostenibilidad, siguiendo la *Global Reporting*

¹⁷ Vives, A. (2004): Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) como instrumento de competitividad, Presentación, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Santa Cruz, Bolivia, 24 de agosto de 2004.

¹⁸ Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Subgerente de Empresa Privada y Mercados Financieros.

¹⁹ Peinado Vara, E. (2004): Responsabilidad Social de la Empresa: ¿Costo o Beneficio?, Presentación, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Santa Cruz, Bolivia, 24 de agosto de 2004.

²⁰ Vives, A. (2005): Corporate Social Responsibility (CSR) in developing countries, Presentación, BID, American University, January 28, 2005.

²¹ Forum Empresa es una alianza hemisférica de organizaciones empresariales que promueven la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las Américas. Actualmente cuenta con 18 organizaciones que representan a 16 países en la región y reúne cerca de 3.500 empresas a través de las organizaciones miembros, 2005, [www.empresa.org].

²² World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).

Initiative, de las cuales, sólo cuatro contaban con verificación externa;²³ y finalmente (iv) Las empresas que con mayor fuerza promovían la creación de foros, publicaciones y organizaciones vinculadas a la *RSE*, eran empresas multinacionales, aunque –precisa CEPAL-, cada vez contando con más apoyo de las grandes empresas nacionales.²⁴

A partir de esta perspectiva general, incursionaremos, sintéticamente, en la coyuntura de cada uno de los diez países del área investigados: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, Guatemala, Panamá, Perú, México y Uruguay.²⁵ Un desarrollo más exhaustivo, se ofrece en el apartado (4.2) de la obra de referencia.

Argentina

La coyuntura de la *RSE* en la Argentina -a julio de 2005-, se caracterizaba por los siguientes indicadores: (i) El 86% de las empresas consultadas –la encuesta de la cual provienen estos datos, incluyó a 153 empresa que contaban con oficinas corporativas en la ciudad de Buenos Aires-, afirmaba tener y aplicar Códigos de ética, aunque solamente 24% difunde sus valores éticos; (ii) El 63% de las multinacionales tenía un comité responsable de los asuntos éticos, porcentaje que se reducía al 49% para los casos de empresas locales; (iii) Las principales contribuciones a la comunidad, eran para *donaciones de equipamiento* (74%), *auspicio de eventos* (72%) y *contribuciones en promoción y publicidad* (67%); (iv) Un 56% de las corporaciones lograba involucrar a sus empleados en acciones de voluntariado; (v) El 80% de las empresas había definido opciones temáticas para sus contribuciones, siendo los destinos prioritarios, la educación básica (78%) y las acciones encaminadas a la reducción de la pobreza (62%),

²³ Global Reporting Initiative, [www.globalreporting.org].

²⁴ Correa, M. E., Flynn, Sh. y Amit, A. (2004): Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial, CEPAL, Santiago de Chile, abril de 2004, p. 10-11, [www.eclac.cl].

²⁵ Las referencias a Uruguay son incorporadas en el apartado 3.3 del informa principal.

en tanto que la juventud (18%), la ancianidad (16%) y la educación cívica (13%) revestían un menor interés; (vi) Un 71% contaría con reglas escritas para evitar discriminación por género, origen o religión; (vi) El 46% había obtenido certificaciones medioambientales, en tanto un 77% contaba con programas de reciclado de residuos; (vii) El 90% controlaba la aplicación de *RSE* en la cadena de aprovisionamiento, especialmente en materia de legislación fiscal y laboral (90%), así como en el cumplimiento de normativas sobre el trabajo infantil (69%); y (viii) Solamente la tercera parte de las empresas encuestadas publicaban un *Balance Social* anual, de las cuales un 61% lo hacía siguiendo estándares internacionales.²⁶

Brasil

En diciembre de 2003, de acuerdo con la encuesta realizada por el *Instituto Ethos* -entre una población adulta de 18 a 74 años, residente en nueve regiones metropolitanas de Brasil, el consumidor brasileño opinaba: (i) En un 55% de los entrevistados, que las empresas no contribuyen, generalmente, al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, en tanto que un 30% precisaba no tener confianza en las multinacionales que operaban en el país; (ii) El 44% entendía que las empresas deberían realizar acciones de *RSE*, más allá de lo legalmente exigido; por su parte, un 35% entendía que debería concentrarse, estrictamente, en su rol básico: generar beneficios y empleo; (iii) El 57% promovía la promulgación de una legislación en materia de *RSE*, la que debería exigir un compromiso socio-ambiental empresarial; (iv) Las áreas de actuación social más reclamadas por los consumidores, eran las del sector Salud (25%), la Educación (23%) y la Pobreza (19%), mientras que de los

²⁶ Berger, G., Reficco, E. y Hermelo, R. (2005): Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial en la Argentina – Año 2005, TNS-Gallup y Universidad de San Andrés, Julio de 2005, [www.lasociedadcivil.org].

requerimientos medioambientales sólo se preocupaban el 2% de los entrevistados; y (v) Solamente el 17% habría premiado o privilegiado a empresas de reconocido compromiso con la *RSE*, mientras que un 14% “castigaría” los comportamientos irresponsables.²⁷

La encuesta de Hill & Knowlton -publicada en julio de 2004-,²⁸ determina que un 72% de las empresas en Brasil entiende que las iniciativas de *RSE* contribuyen, de forma significativa, a la generación de una mejor reputación empresarial, lo que para un 77% de los encuestados significa promover un mejor reclutamiento y conservación de empleados, un 70% entendía que fortalece la posibilidad de lograr alianzas estratégicas, un 67% visualizaba esta mejora de la reputación -por la incorporación de la *RSE*- como una mayor defensa frente a eventuales impactos de crisis y, finalmente, un 52% la conceptualizaba desde el punto de vista de un aumento de las ventas corporativas.

Por su parte, las herramientas más utilizadas por las empresas brasileñas, para gestionar su *RSE* -de acuerdo con el *Instituto Ethos*-, son: Indicadores Ethos (77,9%); Declaración de Derechos Humanos (60,7%); Metas del Milenio (52,1%); Balance Social Ethos (49,3%); Banco de Datos sobre Prácticas *RSE* (42,1%); Balance Social IBASE (36,4%); Pacto Global (34,3%); ISO 14000 (32,1%); Agenda 21 (20%); Principios de Gobierno Corporativo (17,9%); y Balance Social GRI (15%).

Finalmente, cabe destacarse el *Índice de Sostenibilidad Empresarial* (ISE), recientemente instaurado en el sistema financiero de Brasil, constituyéndose en una de las iniciativas en *RSE* más avanzadas de la región. A comienzos del mes de diciembre

²⁷ [<http://www.ethos.org.br>].

²⁸ Hill & Knowlton, en Rodrigues, R. y Portilho, L. (2005): *Sustentabilidade e Responsabilidade Corporativa no Brasil*, CIES, Universidad de Barcelona, marzo de 2005, [<http://www.mes-d.net/grupcies/Html/boletin>].

de 2005, la Bolsa de Valores de San Pablo (BOVESPA), lanzó el *ISE*, como nuevo indicador del mercado de capital accionario. Este índice es el primero de su tipo en América Latina y se enmarca dentro de políticas internacionales de promoción del desarrollo sostenible en el sector privado.²⁹ Incluye un total de 28 empresas listadas en BOVESPA, considerando no sólo la situación financiera y económica de las compañías, sino también su situación con respecto a gobierno corporativo, y estándares ambientales y sociales. Se creó para convertirse en punto de referencia para la inversión socialmente responsable y en impulsor de buenas prácticas, en el medio empresarial brasileño.

Chile

De acuerdo con los resultados del *Estudio Internacional Mori sobre RSE*, el cual se desarrolló en diciembre de 2000, en 20 países simultáneamente, incluido Chile, el 48% de los encuestados privilegiaba a la *RSE* como principal factor constitutivo de la imagen empresarial. Un 26% prioriza las acciones de *RSE* que se orientan a la sociedad en su conjunto, el 13% destaca las “prácticas laborales y la ética empresarial” y, finalmente, el 9% restante enfatizaba el “impacto medioambiental”.³⁰ Otros datos relevantes para la gestión en *RSE*, fueron: (a) El 41% valoraba, fundamentalmente, la “calidad y la reputación”; (b) El 37% ha considerado castigar a empresas irresponsables desde algunos de los tópicos que componen la *RSE*; y (c) El 72% exigía un estándar ético más alto, a las grandes empresas que a las pequeñas.

En agosto de 2003 -SOFOFA / Federación Gremial de la Industria y su área de *Responsabilidad Social*-,³¹ aporta los siguientes indicadores complementarios:³² (a) El

²⁹ [http://www.redpuentes.org/rse_lat/noticias-rse]; [<http://www.bovespa.com.br/SalaImprensa.htm>].

³⁰ [<http://www.accionrse.cl/home/home.html>]

³¹ [<http://www.sofofa.cl>]

67% consideraban que la razón principal para que una empresa sea socialmente responsable, se refiere a sus principios y ética; (b) Los principales beneficios de la *RSE*, se reflejarían en un mayor compromiso y productividad de los empleados, y una mejor imagen y reputación de la empresa; (c) El mayor foco de los esfuerzos de las empresas, en materia de *RSE*, serían las contribuciones sociales, culturales y educacionales; y (d) En segundo orden, aparecería la preocupación por las condiciones de trabajo y, luego, el comportamiento empresarial ético.³³

Los desafíos que Chile tendría que afrontar, en materia de *RSE*, serían: (i) Generalizar el convencimiento de que “la *RSE* no es sólo un arreglo cosmético y, consecuentemente, continuar las labores de clarificación de conceptos, para crear un marco compartido y entender sus implicaciones”;³⁴ (ii) Lograr la gradual integración “de las 140.000 pequeñas y medianas empresas, que dan empleo al 80% de los trabajadores chilenos”;³⁵ (iii) Impulsar una cultura de la transparencia, que inevitablemente promueva las actividades responsables”; y (vi) Ampliar la promoción de la *RSE* más allá del sector empresarial, incorporando a los distintos actores sociales, tales como a los consumidores, las comunidades vecinas a las empresas, las organizaciones civiles, las autoridades, los accionistas, los trabajadores, el gobierno y demás afectados por las actividades de las empresas”.³⁶

³² Correa, M. E., Flynn, Sh. y Amit, A. (2004): Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial, CEPAL, Santiago de Chile, abril de 2004, p. 9, [www.eclac.cl].

³³ La encuesta se implementó durante la Conferencia Internacional de Responsabilidad Empresarial en Chile, entrevistándose a 160 participantes de sectores muy diversos.

³⁴ García, Gonzalo, Vicepresidente de SOFOFA, en II Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa, BID, México, 2004, p. 148, [http://www.csamericas.org]

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ *Ibidem*.

Colombia

De acuerdo con los técnicos del Banco Interamericano de Desarrollo, en el año 2004 la situación de la *RSE* en Colombia se caracterizaba en los siguientes términos: “a pesar de la larga tradición de participación empresarial en temas de interés público, que ha tenido un enfoque asistencialista y filantrópico, la actividad de *RSE*, bajo una óptica de competitividad, es escasa. Aunque el reconocimiento de la importancia de las prácticas de responsabilidad empresarial es cada vez mayor, muchas empresas se han mostrado renuentes a aplicar dichas prácticas, debido principalmente a: (i) desconocimiento del concepto y de su deseabilidad para mejorar la gestión empresarial y reducir riesgos; y (ii) escasez de expertos que ayuden a instrumentalizar las medidas”.³⁷

La actualización de la situación al año 2005, fue recientemente presentada por la *Asociación Nacional de Empresarios (ANDI)*, de acuerdo con los resultados de la “Segunda encuesta de *RSE*”, que incluyó a las 124 empresas afiliadas. Según lo declarado, el 2,5%³⁸ de sus ventas habría sido invertido en *RSE*. Por otra parte, prácticamente la totalidad de los empresarios coincidieron en que cada empresa debe asumir, voluntariamente, Códigos de conducta, en tanto que el 70% compartía el criterio de incorporar certificaciones. En tal sentido, el 66,4% estaba de acuerdo con que el *Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC)*³⁹ diseñase

³⁷ BID (2004c): Programa para la incorporación de prácticas de RSE en las PyMEs colombianas (CO-M1003), Colombia, [<http://www.iadb.org>].

³⁸ Este porcentaje se reduce al 0,5%, según la Universidad de los Andes (2005): Aportes y desafíos en responsabilidad social del empresariado para la construcción de la sociedad colombiana, en prensa, septiembre de 2005, recogido por el Boletín ComunicaRSE, [<http://actualidad.terra.es>].

³⁹ Disponible a partir del año 2006, de acuerdo con información del Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Normalización (ICONTEC), Lunes, 10 de octubre 2005, [<http://www.periodistadigital.com>].

normas que midan el cumplimiento de las obligaciones en esta materia, mientras que el 92,2% proponía que las acciones, en este campo, “deberían regirse por códigos de gobierno corporativo, en forma independiente de si la empresa está inscrita o no en el Registro Nacional de Valores, es decir, si emite o no títulos valores al mercado público”.⁴⁰

El Salvador

La investigación realizada por FUNDEMÁS, entre “463 empresas de todos los tamaños y sectores económicos, distribuidas en todo el territorio, con el objetivo de conocer el estado actual de desarrollo del concepto y aplicabilidad de la *RSE* en el país”,⁴¹ nos ha permitido aproximarnos al conocimiento de la evolución del tema en este país, en forma detallada y de acuerdo con cada uno de los componentes de la *RSE*. A continuación presentamos los principales indicadores.

En materia de *Valores éticos y gobernabilidad*, el 75% de las empresas encuestadas declaraba tener Códigos de Ética, en cuyo diseño, solamente en un 25%, participan los empleados. Cabe acotar que solamente un 32% de estos Códigos se disponían por escrito, difundiéndose, en un 77%, entre el personal administrativo y los demás trabajadores. Por su parte, también se comunicaba a los proveedores, pero en un muy reducido 21%;

Con respecto a las *Relaciones laborales y los Derechos Humanos*, la jornada laboral promedio es de 44.6 horas semanales, abonándose las respectivas compensaciones por horas extras. La participación del trabajador en las utilidades,

⁴⁰ [<http://www.comunicarseweb.com.ar/novedades/mundo/colom.html>]

⁴¹ FUNDEMÁS (2004): Situación actual de la Responsabilidad Social Empresarial en El Salvador, publicación del Programa Empresa Salvadoreña para la Responsabilidad Social (EMPRESAL), Marzo de 2004, [<http://www.peru2021.org>]

solamente se registró en un 12% de los casos. La relación entre la remuneración más alta y la más baja, equivaldría a 13 veces la menor. En temas inherentes a derechos y obligaciones laborales, un 57% utilizaba el reglamento interno de trabajo. El 89% de las empresas no empleaba menores de edad.

Mientras que en *Mercadeo*, las empresas salvadoreñas aplicarían las técnicas más actuales en materia de selección de cadena de aprovisionamiento, mejora continua y atención al cliente, con respecto a *Medio Ambiente*, el 50% de los encuestados afirmó que con su actividad, no lo afectaba. El resto dispondría de evaluaciones de impacto y contaría con planes de emergencia. El proceso de adopción de las normas ISO 14000 es muy incipiente, respondiendo afirmativamente sólo el 3% de los consultados.

En temas de *Comunidad*, el 60% de los encuestados declaró colaborar con proyectos sociales, en dinero, con productos y servicios, con equipos y recursos materiales, así como con su propio capital humano, básicamente en las áreas de educación, medio ambiente, salud, capacitación técnica y vivienda. El 17% contaba con mecanismos para estimular el voluntariado entre sus empleados.

Por último, en lo relativo a los *Beneficios internos y externos* derivados del ejercicio de la *RSE*, el 51% consideraba que el principal beneficio interno era obtener una identidad -lealtad, presencia y permanencia-. En el 29% de los casos, se consideraba que el mayor beneficio sería una mejora en el clima organizacional. Por otra parte, el 54% de las empresas entendía que el gran beneficio externo es la mejora en su imagen y reputación, un 19% respondió que es la difusión positiva de la empresa y un 10%, la promoción de solidaridad en la comunidad.

Guatemala

La situación del sector empresarial de Guatemala en general, y de la *RSE* en particular, se extrae de los resultados del relevamiento correspondiente al año 2005, concretado y difundido por *CentraRSE*.⁴² Al respecto, cabe destacar que se considera aún muy escasa la incorporación de la *RSE*, entendiéndose como prioritarias las siguientes acciones: (i) Identificar y cuantificar el beneficio de la *RSE* (75%); (ii) Incrementar la información sobre *RSE* (50%); y (iii) Facilitar la implementación de la *RSE* en la cadena productiva (50%). Por otra parte, a pesar del poco desarrollo observado, sí se entiende que la *RSE* es muy importante como “motor de crecimiento de la empresa”, generando valor a través del incremento de la productividad (el 43% así lo entiende) y otorgando satisfacción a las “expectativas y preferencias de los consumidores” (38%).

La encuesta, adicionalmente, permitió conocer la opinión, en Guatemala, sobre la *RSE* y su relación con el capital humano. Se calificó como de “regular” a la actuación del sector empresarial, para desarrollar destrezas y promover el desarrollo humano de sus colaboradores, no obstante reconocérsele una adecuada capacidad para lograrlo, así como con respecto a los demás grupos de interés. Tampoco se detectó una mayor voluntad en los colaboradores para asumir responsabilidades. Por último, las vías que más aportarían a una mejor calidad de vida laboral, por su orden, serían: (a) Desarrollar programas de salud y de seguridad laboral (57%); (b) Poner en práctica proyectos internos de capacitación (43%); y (c) Implementar iniciativas orientadas a las familias de los colaboradores (39%).

⁴² Castillo Monge, A., *Presidente de CentraRSE (2005): Resultados de la Encuesta 2005 – Presentación*, [www.centrase.org].

Panamá

La *RSE* en Panamá “ha sido, hasta el momento, una práctica de tipo asistencial, con acciones aisladas, no formales y esporádicas, con mayor enfoque en intervenciones particulares de filantropía y menos en *RSE*, entendida como una herramienta de negocio”.⁴³ Precisa CEPAL que, sin embargo, hay en la actualidad empresas que han empezado a mostrar interés en el tema y, consecuentemente, están iniciando algunas estrategias que se basan en aspectos más vinculados al desarrollo de la comunidad, así como algunas instancias con enfoque en los recursos humanos y hacia el ámbito interno de la empresa, aunque sin un suficiente énfasis en lo relativo al medio ambiente.

La reciente conformación de un Comité Técnico Nacional para respaldar la participación de Panamá, conjuntamente con otros 40 países, en el diseño de la norma ISO 26000 –cuyo lanzamiento como Guía Internacional sobre *RSE* está previsto para octubre de 2008-,⁴⁴ entendemos que debería constituir un nuevo y trascendente vector, que fortalezca el proceso de perfeccionamiento de la disciplina en Panamá, como lo fue su oportuna selección, entre las diez naciones que actuarían como países piloto para la promoción y desarrollo del *Pacto Global* de las Naciones Unidas.

Perú

La investigación promovida por *Perú 2021* y el *Centro de Investigaciones de la Universidad del Pacífico*, realizada sobre 75 empresas que efectivamente accedieron a

⁴³ Correa, M. E., Flynn, Sh. y Amit, A. (2004): Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial, CEPAL, Santiago de Chile, abril de 2004, p. 43, [www.eclac.cl].

⁴⁴ [http://www.elpanamaamerica.com.pa/archive/12082005/finance08.shtml]

ser parte de la misma, ha permitido obtener los siguientes resultados destacables:⁴⁵ (a) Se observó un número creciente de empresas (40%), que comprenden que la *RSE* es parte de la práctica gerencial de una empresa, e implica tener políticas del entorno interno y externo, articuladas; (b) Las empresas entrevistadas mencionaron dos tipos de valor agregado por sus acciones de *RSE*: una mejor imagen institucional (72%) y una mayor identificación del trabajador con la entidad (70%); (c) El 46% señaló que la falta de visión de la empresa y/o la falta de decisión de los directivos, es el mayor obstáculo para tomar una actitud proactiva en materia de *RSE*; (d) Sin embargo, la mayoría de las empresas (60%), todavía no ha incorporado la *RSE* en la gestión integral de la empresa, aunque se observó un avance en los temas de medio ambiente, relación con proveedores y el uso responsable de la publicidad; (e) En cuanto a la *RSE* en el entorno interno, se observaron políticas con adecuado progreso, así como una plena identificación del vínculo entre productividad del trabajador y acciones de *RSE*; y finalmente, (f) Se detectó que el 63% de las empresas difunde sus actividades de *RSE* a sus trabajadores, un 45% las difunde externamente, y un 25% no las difunde.

En julio de 2005, se ha creado *Red Puentes – Perú*, formando parte de la organización *Red Puentes*, una asociación de ONGs de América Latina para la promoción de la *RSE* en el continente. Los objetivos hacia los que se orientará su gestión son: (a) Aportar, en el desarrollo de capacidades y estrategias en los actores sociales, para la implementación de procesos de diálogo, monitoreo, vigilancia y promoción de la *RSE*; (b) Instar a las empresas a que cumplan con estándares internacionales, en el ámbito de los Derechos Económicos, Sociales y Culturales, Medio Ambiente, diversidad étnico-racial y de género; (c) Promover comportamientos

⁴⁵ Correa, M. E., Flynn, Sh. y Amit, A. (2004): Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial, CEPAL, Santiago de Chile, abril de 2004, p. 47, [www.eclac.cl].

socialmente responsables, en la relación Empresa-Estado-Sociedad, respetando las normas locales e internacionales, y combatiendo la corrupción; (d) Incorporar mecanismos de fiscalización y monitoreo independientes, que aporten a la credibilidad y legitimidad de la gestión empresarial; (e) Limitar el monopolio empresarial, estableciendo mecanismos de regulación, que permitan prácticas económicas, comerciales y sociales leales y de sana competencia; y (f) Proteger las cadenas productivas locales, promoviendo la articulación de la gran empresa nacional, con el desarrollo de las MyPEs y PyMEs.

México

De acuerdo con CEPAL, en México, luego de muchos años de “filantropía empresarial”, durante la década de los 90 se migró hacia un enfoque integral de la *RSE*, considerándose actualmente como empresa responsable a “aquella que, además de ofrecer productos y servicios de calidad, genera utilidades y empleos y paga impuestos, desafía su creatividad para identificar los problemas que aquejan a su comunidad, y propone alternativas para su solución”.⁴⁶ Los componentes prioritarios de la *RSE* entre las empresas mexicanas, son: la ética empresarial, la calidad de vida – fundamentalmente al interior de las empresas-, la vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo, y el cuidado y preservación del medio ambiente.

Un aspecto destacable de la realidad de México en materia de *RSE*, lo constituye el *Distintivo de Empresa Socialmente Responsable* que ofrece CEMEFI, ahora formando parte de ALIARSE, desde el año 2001 y “como un instrumento de promoción

⁴⁶ Definición del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), según Correa, M. E., Flynn, Sh. y Amit, A. (2004): Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial, CEPAL, Santiago de Chile, abril de 2004, p. 43, [www.eclac.cl].

de la *RSE*". Para su concesión, se considera: la dimensión ética, la responsabilidad social interna, la *RSE* hacia la comunidad y hacia el medio ambiente. La estrategia - según Cajiga,⁴⁷ "no consistió en poner a las firmas irresponsables en el punto de mira, sino en promover el liderazgo en *RSE*, entregando el galardón a aquellas empresas que sí son responsables y que pueden servir de ejemplo, lo que se logra facilitando la comparación interempresarial, con el propósito de mejorar su desempeño".⁴⁸

La síntesis que el estudio que *Vincular* oportunamente realizara para el Banco Interamericano de Desarrollo, sirve de planteo esquemático sobre la situación: "en México, existe una coyuntura favorable para la evolución del concepto de *RSE*, determinada en su mayor parte por las mejoras en temas de gobierno corporativo y transparencia en el sector privado y en el público".⁴⁹ Esto, sumado a la tradición filantrópica del empresariado mexicano y a su orientación a mercados de países desarrollados, debería facilitar la difusión y profundización en *RSE*. Sin embargo, el número de empresas suscritas a los acuerdos internacionales de *RSE*, aparecía como relativamente escaso. Si bien algunas empresas han logrado posicionarse en mercados más atractivos, en buena medida debido a su reputación de responsabilidad social, queda pendiente el desafío de llevar este aprendizaje a otras industrias y sectores de la economía.

⁴⁷ Cajiga, J.F., *Director del Programa de RSE de CEMEFI, durante la II Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa, BID, México, 2004, p. 60, [http://www.csramericas.org]*.

⁴⁸ *Ibidem*.

⁴⁹ *Banco Interamericano de Desarrollo (2004): Situación de la RSE en Latinoamérica y el Caribe, Vincular, [http://www.iadb.org/csramericas/doc/vincular.pdf#search='RSE%20Per%C3%BA]*

"Análisis económico-empresarial de la RSE en el espacio iberoamericano"

Formulario-Guía de Relevamiento

Empresa:

Sector:

*Facturación anual (en miles de
US\$):*

Número de empleados:

Dirección:

Teléfono:

e-mail:

1. Principales acciones en RSE por áreas (últimos 3 años; descripción y porcentaje de la facturación anual):

1.1 Valores y Principios Éticos:

1.2 Ambiente de Trabajo y Empleo:

1.3 Apoyo a la Comunidad:

1.4 Protección del Medio Ambiente:

1.5 Marketing Responsable:

1.6 Otras:

2. Planificación e implementación de las acciones de RSE:
2.1 ¿Quién es el responsable directo por las acciones de RSE? ¿Cómo se relacionan con los Planes de Negocios y Estratégico?
2.2 ¿Quiénes participan en la selección, planificación e implementación de las acciones de RSE? ¿Se ha implantado una dirección por valores?
2.3 ¿Existen Códigos de Ética? ¿Se practican regularmente auditorías internas / externas éticas, verificando el “clima ético”, los “incentivos a comportamientos éticos”, la difusión de “valores éticos” y el control de “cumplimiento”?
2.4 ¿Cómo se evalúa el desempeño ético del personal?
2.5 ¿Cómo participa el personal en la definición de las políticas de capacitación y desarrollo?
2.6 ¿Cómo se promueve el voluntariado del personal en acciones de apoyo a la comunidad?
2.7 ¿Existen acciones para la inserción laboral de jóvenes o personas con capacidades diferentes?
2.8 ¿Se comparten e intercambian las mejores prácticas en RSE con proveedores, clientes y colegas?

2. Planificación e implementación de las acciones de RSE (continuación):
2.9 ¿Existen iniciativas adicionales a las legales en materia de salud y seguridad laboral, así como en impacto ambiental?
2.10 ¿Existen políticas de igualdad de género?
2.11 ¿Existen políticas de incentivos por desempeño, plan de carrera y desarrollo familiar?
2.12 ¿Existen mediciones sobre el grado de satisfacción de Clientes y Proveedores? ¿Cuáles han sido los resultados en los últimos 3 años?
2.13 ¿Qué porcentaje del presupuesto anual se destina a la ejecución de políticas de apoyo a la comunidad? ¿Cuáles son las acciones y áreas de asignación prioritaria?
2.14 ¿Cómo se difunden interna y externamente los principios y comportamientos éticos? ¿Se realizan cursos y seminarios sobre ética empresarial?
2.15 ¿Se han realizado acciones conducentes a la publicación de memorias y balances sociales?
2.16 ¿Considera factible la medición de la inversión en RSE y su rentabilidad? ¿Cómo: directa o indirectamente?

3. Valoración económica de la RSE por enriquecimiento de los activos tangibles:	
3.1	¿Qué efectos positivos producen las acciones de RSE sobre el <u>capital humano</u> de la empresa? ¿Plazo? ¿Cuantificación?
3.2	¿Qué efectos positivos producen las acciones de RSE sobre el <u>capital de la información</u> de la empresa? ¿Plazo? ¿Cuantificación?
3.3	¿Qué efectos positivos producen las acciones de RSE sobre el <u>capital organizacional</u> de la empresa? ¿Plazo? ¿Cuantificación?
3.4	¿Qué efectos positivos producen las acciones de RSE sobre los <u>procesos operativos</u> ? ¿Plazo? ¿Cuantificación?
3.5	¿Qué efectos positivos producen las acciones de RSE sobre los <u>procesos de gestión de clientes</u> ? ¿Plazo? ¿Cuantificación?
3.6	¿Qué efectos positivos producen las acciones de RSE sobre los <u>procesos de innovaciones y desarrollo de nuevos productos / servicios</u> ? ¿Plazo? ¿Cuantificación?
3.7	¿Qué efectos positivos producen las acciones de RSE sobre la <u>selección, adquisición, retención y crecimiento de la cartera de clientes</u> ? ¿Plazo? ¿Cuantificación?
3.8	¿Qué efectos positivos producen las acciones de RSE sobre los <u>costos de la empresa</u> ?

3. Valoración económica de la RSE por enriquecimiento de los activos tangibles (continuación):	
3.9	¿Qué efectos positivos producen las acciones de RSE sobre <u>una mejor utilización de los activos tangibles</u> ? ¿Plazo? ¿Cuantificación?
3.10	¿Qué efectos positivos producen las acciones de RSE a través de <u>nuevas oportunidades de ingresos para la empresa</u> ? ¿Plazo? ¿Cuantificación?
3.11	¿Qué efectos positivos producen las acciones de RSE a través de un <u>mayor valor del cliente</u> de la empresa? ¿Plazo? ¿Cuantificación?
3.12	¿Qué efectos positivos producen las acciones de RSE sobre el valor a largo plazo de la empresa, para <u>el propietario o accionista</u> ? ¿Cuantificación?
4. Factibilidad de la instrumentación de un Balance Social y Ético.	
4.1	¿Cuál fue la distribución porcentual del Valor Agregado generado la empresa -en los últimos tres años- entre los distintos “stakeholders (Accionistas, Empleados, Financistas, Reinversiones, Estado, Comunidad)?
4.2	¿Cuál fue la ponderación de los siguientes egresos respecto a los ingresos totales de la empresa: Impuestos, Sueldos, Incentivos y Cargas Sociales, Costos financieros, Accionistas y Comunidad?
4.3	¿Cuál es la edad promedio de los empleados y su antigüedad en la empresa? ¿Qué porcentaje de mujeres integran la plantilla total y el nivel gerencial en particular? ¿Cuál es la capacitación formal media y que porcentaje de los empleados han participado en cursos financiados por la empresa?
4.4	¿Qué proyectos se han desarrollado para la reducción del consumo de recursos agotables y mejora del desempleo ambiental en el último año?

5. Indicadores complementarios.

5.1 ¿Número de pasantías para estudiantes y porcentaje de empleados mayores de 45 años? ¿Rotación? ¿Porcentaje de empleados ingresados en los últimos 3 años?

5.2 ¿Existe un control ético del Marketing y la Publicidad de la empresa? ¿Mediante que mecanismos?

5.3 ¿Existen programas de concientización de impacto ambiental para el nivel gerencial y empleados en general? ¿Se han firmado acuerdos para optimizar el impacto ambiental?

5.4 ¿Existen indicadores de la mejora de la imagen social de la empresa a partir de la aplicación de la RSE? ¿Mejora del valor accionario? ¿Mejores niveles de reputación corporativa?

6. ¿Cuáles serían las principales restricciones que al libre desarrollo empresarial impone la RSE?

6.1 ¿Se han incrementado los controles sociales sobre la empresa? ¿Por qué mecanismos o canales? ¿Los costos por RSE incorporados han distorsionado la rentabilidad de la empresa? ¿La incorporación de la RSE ha perjudicado la operativa o gestión general de la empresa? ¿Cuáles han sido las soluciones más frecuentes y relevantes?

7. Material adjunto:

Anexo X
República Oriental del Uruguay
Perfil, Evolución y Coyuntura

República Oriental del Uruguay

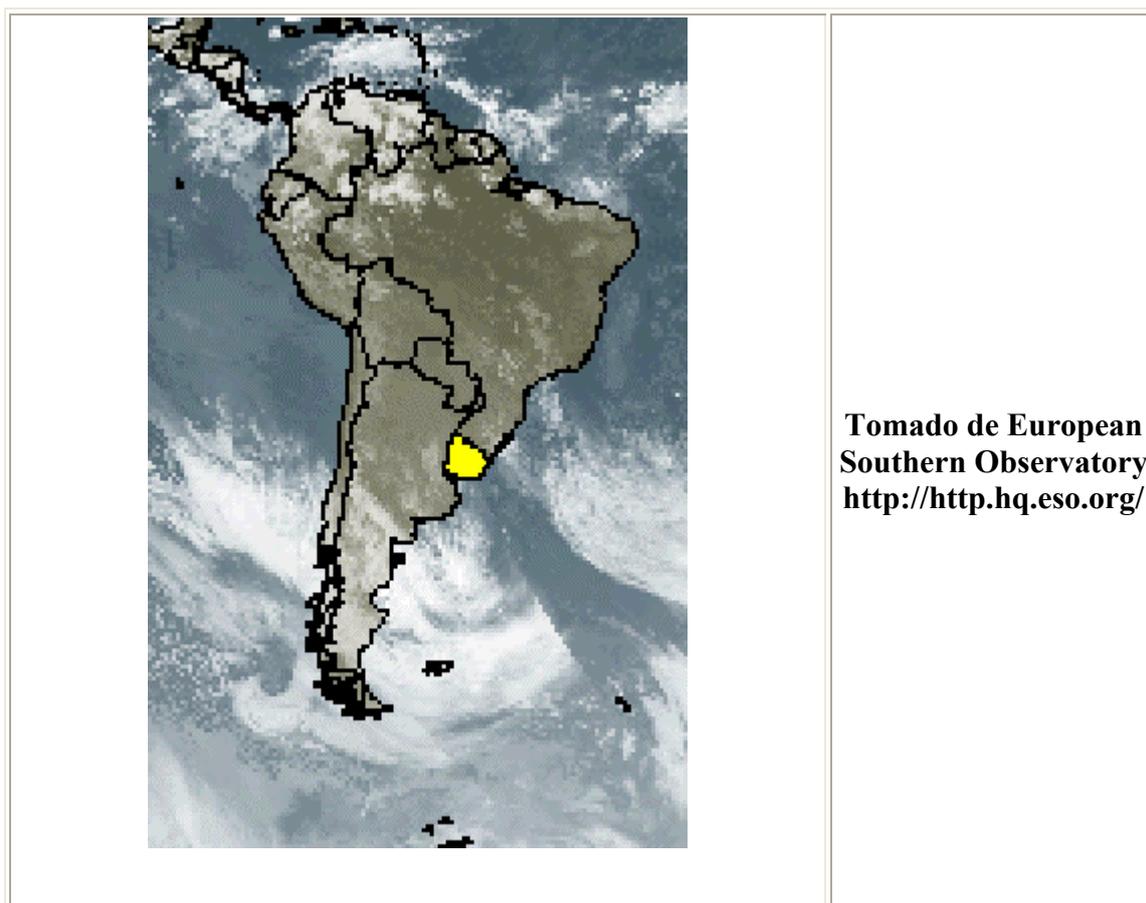
Perfil, evolución y coyuntura

1. Descripción General¹



Nombre Oficial	República Oriental del Uruguay
Gentilicio	Los nativos del Uruguay se llaman indistintamente orientales o uruguayos
Ubicación geográfica	Se encuentra al sudeste de América del Sur entre los paralelos 30 y 35 de Latitud Sur y los meridianos 53 y 58 de Longitud Oeste
Superficie	176.215 kilómetros cuadrados
Límites	Al norte y noreste, limita con la República Federativa del Brasil, al sur y sureste con el Río de la Plata, al oeste, el Río Uruguay, lo separa de la República Argentina
Capital	Montevideo
Lengua Oficial	Castellano
Forma de Gobierno	Es una República Democrática con dos cámaras legislativas, el Senado y la Cámara de Representantes (Diputados)
Población	3.151.662 habitantes s/Censo 1996
Moneda Oficial	Peso Uruguayo
Flor Nacional	El Ceibo

¹ Datos proporcionados por la Red Académica Uruguaya (www.rau.edu.uy).



**POBLACIÓN DEL PAÍS SEGÚN EL CENSO DE 1996
 DISCRIMINADA POR DEPARTAMENTO
 (INCLUYE DENSIDAD)**

NOMBRE	SUPERFICIE(Km2)	POBLACIÓN	DENSIDAD
TOTAL DEL PAÍS	175.016	3.151.662	18,0
MONTEVIDEO	530	1.330.405	2.510,2
INTERIOR	174.486	1.821.257	10,4
Artigas	11.928	74.968	6,3
Canelones	4.536	443.660	97,8
Cerro Largo	13.648	82.452	6,0
Colonia	6.106	121.185	19,8
Durazno	11.643	55,644	4,8
Flores	5.144	24.835	4,8

Florida	10.417	6.6.366	6,4
Lavalleja	10.016	61.192	6,1
Maldonado	4.793	127.257	26,6
Paysandú	13.922	111.040	8,0
Río Negro	9.282	51.620	5,6
Rivera	9.370	98.875	10,8
Rocha	10.551	70.200	6,7
Salto	14.163	118.013	8,3
San José	4.992	98.161	19,7
Soriano	9.008	81.377	9,0
Tacuarembó	15.438	85.018	5,5
TreintayTres	9.529	49394	5,2

**POBLACION, SEGUN CENSO DE 1996 DISTRIBUIDA POR AREA URBANA Y RURAL
Y GRADO DE URBANIZACION**

AREA 1/	HABITANTES	GRADO DE URBANIZACION
TOTAL	3.163.763	100,0
URBANA	2.872.077	90,8
RURAL	291.686	9,2

1/ La clasificación por áreas tiene carácter provisional.

**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA POBLACION EN EL CENSO DE 1996
DISCRIMINADA POR GRANDES GRUPOS DE EDADES.**

GRANDES GRUPOS DE EDADES (en años)	DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LA POBLACION
	1996
TOTAL	100,00
Hasta 13	23,4
De 14 a 29	24,5
De 30 a 64	39,3
de 65 ó más	12,8

2. La síntesis del economista²

“Uruguay es un pequeño país, geográfica y demográficamente, cuya economía ha sido moldeada por el comercio internacional que, directa o indirectamente, la estructuró y articuló.

A lo largo de los últimos 150 años fue la demanda externa –primero de los cueros y el tasajo, luego de la lana y, finalmente, de las carnes- la que determinó las principales características de su producción, comercialización y financiamiento. Los caminos, vías férreas y carreteras se organizaron, fundamentalmente, para facilitar la salida de la producción exportable por el puerto de Montevideo; los depósitos, barracas y locales de almacenamiento y comercialización se diseminaron a lo largo del país y en las cercanías de aquella boca de salida para contribuir a su más rápida concentración y expedición; por último, las instituciones bancarias, financieras, aseguradoras y de transporte se distribuyeron estratégicamente para posibilitar la mejor realización de las exportaciones.

... El comercio de exportación e importación nos insertó en el orden internacional capitalista vinculándonos, principalmente, a los centros industrializados como proveedores de materias primas y alimentos, como demandantes de bienes manufacturados, de capital e intermedios, y como solicitantes de crédito y de tecnologías.

En definitiva, un país pequeño, cuya actividad no tiene peso económico, financiero o comercial en el mercado internacional, del cual depende, sin embargo, para colocar sus excedentes –mayoritariamente ganaderos- y abastecerse en sus rubros insuficientes. Una economía especialmente apta para conformar una estructura caracterizada por la concentración económica, el predominio de la pequeña y mediana empresa, y la alta dependencia ocupacional de los servicios gubernamentales y del empleo proporcionado por las unidades de menor dimensión” (Faroppa, L.; 1982; p. 9)

² En esta breve cita, el Prof. Luis A. Faroppa –maestro de múltiples generaciones de economistas de la República Oriental del Uruguay-, describe al país con magistral erudición y poder de síntesis.

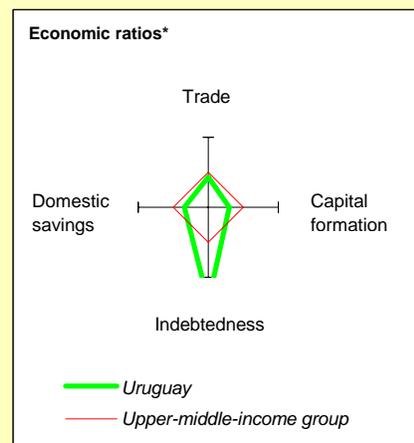
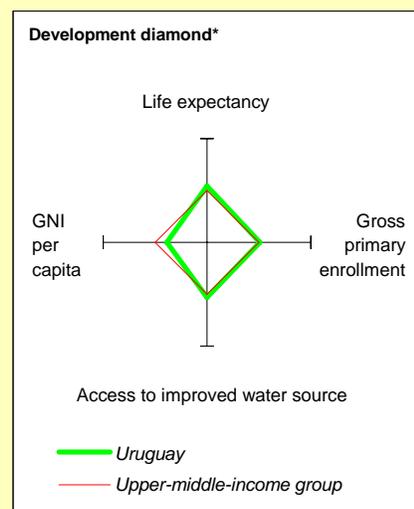
3. Indicadores socio-económicos

(Uruguay at a glance – http://devdata.worldbank.org/AAG/ury_aag.pdf)

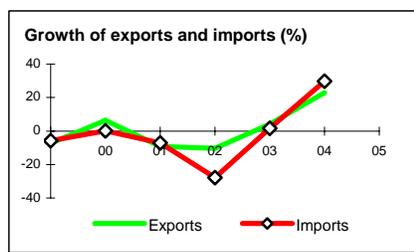
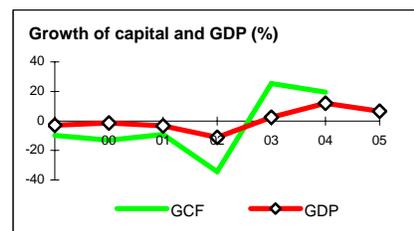
Uruguay at a glance

8/13/06

POVERTY and SOCIAL	Uruguay	Latin	Upper-		
		America & Carib.	middle-income		
2005					
Population, mid-year (<i>millions</i>)	3.5	551	599		
GNI per capita (<i>Atlas method, US\$</i>)	4,360	4,008	5,625		
GNI (<i>Atlas method, US\$ billions</i>)	15.1	2,210	3,368		
Average annual growth, 1999-05					
Population (%)	0.7	1.4	0.6		
Labor force (%)	1.6	2.2	1.2		
Most recent estimate (latest year available, 1999-05)					
Poverty (% of population below national poverty line)		
Urban population (% of total population)	92	77	72		
Life expectancy at birth (<i>years</i>)	75	72	69		
Infant mortality (<i>per 1,000 live births</i>)	15	27	23		
Child malnutrition (% of children under 5)	..	7	7		
Access to an improved water source (% of population)	100	91	94		
Literacy (% of population age 15+)	..	90	94		
Gross primary enrollment (% of school-age population)	109	119	107		
Male	110	121	108		
Female	108	117	106		
KEY ECONOMIC RATIOS and LONG-TERM TRENDS					
	1985	1995	2004	2005	
GDP (<i>US\$ billions</i>)	4.7	18.3	13.2	16.8	
Gross capital formation/GDP	11.4	15.4	13.3	..	
Exports of goods and services/GDP	26.8	19.0	29.6	..	
Gross domestic savings/GDP	17.0	15.3	15.0	..	
Gross national savings/GDP	9.8	14.1	11.2	..	
Current account balance/GDP	-2.1	-1.2	-0.8	-0.8	
Interest payments/GDP	6.2	1.6	3.1	..	
Total debt/GDP	83.1	29.0	93.6	..	
Total debt service/exports	42.6	21.8	36.7	..	
Present value of debt/GDP	97.2	..	
Present value of debt/exports	305.1	..	
	1985-95	1995-05	2004	2005	2005-09
<i>(average annual growth)</i>					
GDP	3.7	0.1	11.9	6.5	3.3
GDP per capita	3.0	-0.6	11.1	5.8	2.9
Exports of goods and services	6.9	0.3	22.9	..	4.4



STRUCTURE of the ECONOMY	1985	1995	2004	2005
Agriculture	13.6	8.4	11.4	..
Industry	35.9	28.1	28.5	..
Manufacturing	29.4	19.1	20.6	..
Services	50.5	63.6	60.0	..
Household final consumption expenditure	68.5	72.9	74.2	..
General gov't final consumption expenditure	14.4	11.8	10.8	..
Imports of goods and services	21.1	19.1	27.9	..
	1985-95	1995-05	2004	2005
<i>(average annual growth)</i>				
Agriculture	2.6	0.3	9.2	..
Industry	1.5	-1.6	16.5	..
Manufacturing	0.2	-2.1	21.8	..
Services	5.0	-0.1	10.2	..
Household final consumption expenditure	4.9	-0.6	16.2	..
General gov't final consumption expenditure	1.9	-0.9	-0.4	..
Gross capital formation	9.0	-4.9	19.4	..
Imports of goods and services	11.6	-1.8	29.7	..

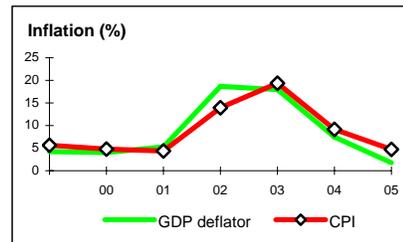


Note: 2005 data are preliminary estimates.

* The diamonds show four key indicators in the country (in bold) compared with its income-group average. If data are missing, the diamond will be incomplete.

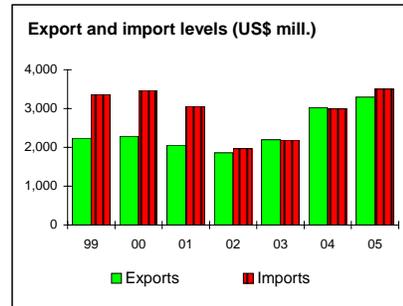
PRICES and GOVERNMENT FINANCE

	1985	1995	2004	2005
Domestic prices				
(% change)				
Consumer prices	72.2	42.2	9.2	4.7
Implicit GDP deflator	74.0	41.0	7.4	1.7
Government finance				
(% of GDP, includes current grants)				
Current revenue	16.0	17.5	20.1	21.0
Current budget balance	-1.4	0.3	-2.3	-0.9
Overall surplus/deficit	-3.1	-1.8	-3.5	-2.3



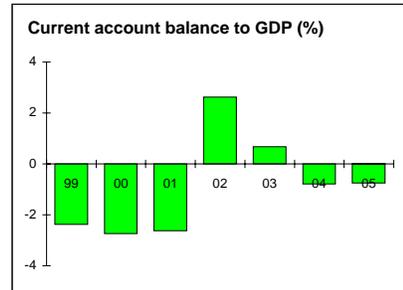
TRADE

	1985	1995	2004	2005
(US\$ millions)				
Total exports (fob)	854	2,106	3,025	3,291
Meat	202	562	887	1,030
Vegetables	141	304	497	577
Manufactures	391	980	1,083	1,258
Total imports (cif)	708	2,875	2,990	3,498
Food	51	262	264	319
Fuel and energy	107	340	503	608
Capital goods	130	987	460	557
Export price index (2000=100)	68	116	106	106
Import price index (2000=100)	66	98	97	97
Terms of trade (2000=100)	104	118	110	110



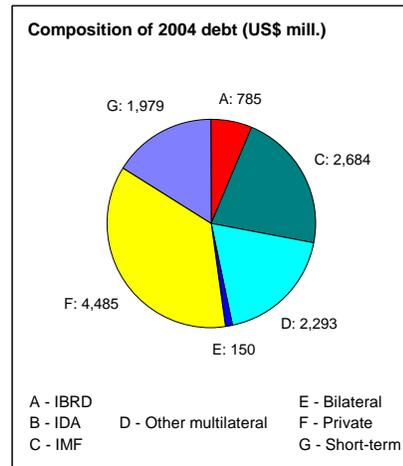
BALANCE of PAYMENTS

	1985	1995	2004	2005
(US\$ millions)				
Exports of goods and services	1,257	3,507	4,012	4,382
Imports of goods and services	1,015	3,569	3,675	4,224
Resource balance	242	-62	337	158
Net income	-351	-227	-531	-389
Net current transfers	..	76	89	105
Current account balance	-98	-213	-105	-126
Financing items (net)	164	431	674	307
Changes in net reserves	-66	-218	-570	-181
Memo:				
Reserves including gold (US\$ millions)	..	1,675	2,656	2,837
Conversion rate (DEC, local/US\$)	0.1	6.7	28.7	24.5



EXTERNAL DEBT and RESOURCE FLOWS

	1985	1995	2004	2005
(US\$ millions)				
Total debt outstanding and disbursed	3,919	5,318	12,376	..
IBRD	152	513	785	816
IDA	0	0	0	0
Total debt service	568	862	1,543	..
IBRD	30	117	102	138
IDA	0	0	0	0
Composition of net resource flows				
Official grants	2	15	16	..
Official creditors	10	4	-6	..
Private creditors	17	183	-309	..
Foreign direct investment (net inflows)	0	157	311	..
Portfolio equity (net inflows)	0	0	0	..
World Bank program				
Commitments	4	29	0	..
Disbursements	23	32	144	134
Principal repayments	19	78	80	104
Net flows	4	-46	64	30
Interest payments	11	40	22	34
Net transfers	-7	-86	41	-4



4. Análisis de Coyuntura y Perspectivas 2007¹

“Al cabo del año el PIB uruguayo aumentaría cerca de 7% en un contexto de recuperación de los ingresos y el empleo. En el cuarto trimestre del año la cancelación anticipada del total de la deuda que el país mantenía con el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la supresión del acuerdo stand-by en vigencia, constituyeron los elementos más destacados de la política económica nacional. Sin embargo, el gobierno afirma que ello no significó un cambio de rumbo en los principales lineamientos económicos, dado que lo cancelado corresponde a una etapa en el relacionamiento con el organismo y no al programa económico del gobierno.

Así, el gobierno ratificó las metas fiscales y de inflación para 2006 y 2007 y su compromiso con el ambicioso programa de reformas estructurales propuesto. De acuerdo con las proyecciones del gobierno, el crecimiento del PIB sería de 6,8%. Si bien no se espera una reducción del gasto público, el gobierno continuaría con la disciplina fiscal y se estima que se cumplirán las metas fijadas. En lo que va del cuarto trimestre se logró el acuerdo definitivo para la aprobación de la Reforma Tributaria, se enviaron al Parlamento el proyecto de Reforma del BHU y de creación de la Agencia Nacional de Vivienda, así como una nueva pieza normativa de la reforma global del Sistema de Salud y se creó la Unidad de Apoyo al Desarrollo del Sector Privado.

El crecimiento económico continuó en el tercer trimestre de 2006, aunque a tasas más moderadas que en el trimestre anterior. En tanto, siguió aumentando la tendencia de largo plazo del PIB sin mostrar signos de agotamiento. En los primeros nueve meses de este año el PIB se incrementó 7% en comparación con igual período de 2005, lo que refleja el crecimiento de casi todos los sectores de actividad, con la excepción del sector electricidad, gas y agua, que fue afectado por la sequía. En los últimos tres meses de 2006 la actividad habría aumentado a un ritmo similar o algo inferior al presentado en el trimestre anterior.

Así, se estima que el crecimiento del PIB sería de aproximadamente 7% respecto a 2005. Al cabo del año todos los sectores habrían crecido como resultado de la expansión de la demanda interna y externa (ambas cerca de 10%). Los sectores que más

¹ Información extraída del Informe a Diciembre de 2006 del el Área de Coyuntura Económica del Instituto de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas Administración de la Universidad de la República Oriental del Uruguay (www.iecon.ccee.edu.uy).

crecerían serían transporte y comunicaciones, industria manufacturera y construcción, mientras que el sector electricidad, gas y agua sería el único que vería reducida su actividad respecto al año precedente. Por cuarto año consecutivo la inversión sería el componente de la demanda interna que más crecería, particularmente debido a la inversión realizada en activos fijos. En términos del PIB, la inversión bruta fija aún se situaría cerca de un punto porcentual por debajo de la registrada en 1998 (14,3%). El consumo, alentado por el crecimiento del empleo, el aumento del ingreso de los hogares y cierta recuperación del crédito, habría alcanzado al cabo de 2006 el nivel máximo del ciclo expansivo anterior.

El sector externo continuó desarrollándose en un contexto internacional y regional predominantemente favorable. Sin embargo, los elevados precios del petróleo y las mayores necesidades de importación de crudo por la crisis energética implicaron un incremento extraordinario de las importaciones. Esto determinó que a octubre de 2006 se acumulara un aumento de 17,7% de las exportaciones de bienes y uno de 26,6% de las importaciones, con respecto a igual período de 2005, lo que resultó en un déficit comercial de 823 millones de dólares en los doce meses terminados en octubre de 2006. Ello fue consecuencia del dinamismo de la industria frigorífica, que fue el sector con mayor incidencia en el incremento de las ventas totales, mientras que el crecimiento de las importaciones de petróleo y energía eléctrica explica casi la mitad del aumento de las importaciones totales.

La competitividad medida a través del tipo de cambio real mejoró levemente a partir de octubre, revirtiendo parcialmente la pérdida registrada desde marzo. No obstante, en el acumulado a noviembre de 2006 se verificó una pérdida de 0,8% considerando los precios minoristas y de 1,3% si se toma en cuenta los mayoristas. Brasil continuó siendo el único país con el que la competitividad se recuperó en el promedio de los once meses transcurridos de 2006.

Al cabo de 2006 se prevé que aumente el déficit en cuenta corriente de la balanza de pagos, representando 1% del PIB. Ello reflejaría el mayor incremento de las importaciones totales (22%) en relación con las exportaciones de bienes y servicios (14%).

La demanda de mano de obra continuó recuperándose en los primeros nueve meses de 2006 creándose aproximadamente 40.000 puestos de trabajo respecto a igual período de 2005. Los sectores más dinámicos en la generación de empleo en el tercer trimestre del año fueron comercio, restaurantes y hoteles, servicios gubernamentales, sociales y personales e industria manufacturera. En concordancia con la evolución favorable de la tasa de empleo y la mejora de los salarios reales en el sector privado, la tasa de actividad tendió a crecer desde mediados de 2005 situándose en 61% de la PET en el tercer trimestre de 2006, cifra que no se verificaba desde inicios de 2002. La tasa de desempleo tendió a reducirse, ubicándose en 11,2% para el total del país urbano en igual período. La misma se redujo casi 1 punto porcentual (pp) en el año móvil culminado en setiembre de 2006 respecto a igual período de 2005.

El indicador de riesgo país, situado en 286 puntos básicos a inicios de 2006, se situó en 218 al cierre de este Informe.

Perspectivas para 2007

En un contexto internacional y regional algo menos favorable, se desaceleraría el crecimiento económico del país.

Además del contexto externo favorable, se estima que la política económica nacional será consistente con la continuidad del crecimiento. Uno de los principales objetivos para 2007 es el de contribuir al aumento del producto potencial, elevando los niveles de inversión pública y reduciendo las vulnerabilidades sociales mediante el direccionamiento del gasto público, sin llegar a comprometer el necesario superávit primario. En ese sentido, el gobierno anunció una fuerte apuesta a la inversión pública en materia de infraestructura, que a su vez impactaría en la generación de puestos de trabajo. En materia social el gran desafío es continuar avanzando, tras la culminación del PANES, con el nuevo programa denominado Plan de Equidad.

El aumento de la demanda interna (7,5%) y externa (11%) en 2007 permitiría el incremento de la actividad en todos los sectores productivos, aunque a menor ritmo que en 2006, por lo que el PIB crecería cerca de 5%. La industria manufacturera y el sector transporte y comunicaciones serían nuevamente los sectores con mayor dinamismo, mientras que la construcción y el sector comercio, restaurantes y hoteles crecerían en forma similar al promedio. En la actividad industrial tendría especial incidencia el inicio

de la producción de pasta de celulosa por parte de la empresa Botnia, previsto para la segunda mitad del año, al tiempo que ello tendría también impacto en las actividades vinculadas al transporte marítimo y al comercio.

Adicionalmente, el subsector de comunicaciones continuaría creciendo. El crecimiento de la construcción se explicaría principalmente por el mencionado plan de obras de infraestructura, dado que el inicio de la construcción de una segunda planta de celulosa es todavía incierta y el crédito hipotecario sólo comenzaría a recuperarse lentamente partiendo de niveles muy bajos. Debe notarse que, si se retrasara el inicio de actividades de la planta de celulosa, el crecimiento del PIB sería apreciablemente menor ya que el resto de las actividades crecerían a tasas moderadas.

Todos los componentes de la demanda agregada aumentarían en 2007. La inversión fija continuaría recuperándose con dinamismo (aproximadamente 25%), aunque ello se debería en buena medida a la finalización de las obras en la planta de Botnia, ya que la inversión del resto del sector privado mantendría su escaso dinamismo. El consumo también crecería (6%) debido en parte, al incremento del empleo y los salarios reales, a los planes de reducción de la pobreza y a la recuperación del crédito (6%), en un contexto de crecimiento de los depósitos bancarios (7%). Sin embargo, la incertidumbre en torno al efecto de la reforma tributaria sobre los ingresos de las capas medias de la población podría amenazar el incremento previsto del consumo.

Las negociaciones colectivas de salarios determinarían una nueva recuperación de las remuneraciones del sector privado en 2007 al tiempo que también las de los funcionarios públicos. De este modo el salario medio real se recuperaría moderadamente (5,5%). Como se adelantó, la continuidad del crecimiento económico – particularmente el incremento de las inversiones públicas y privadas en el sector construcción– determinaría que el empleo medio anual en el país urbano continúe recuperándose (aproximadamente 1,5%). Por su parte, alentada por las expectativas favorables en el mercado de trabajo, la oferta laboral _medida por la tasa de actividad_ también aumentaría, aunque en menor medida (0,5%). En consecuencia, el desempleo del total del país urbano se reduciría, situándose en promedio en 10,5%.

Las actividades agropecuaria e industrial continuarían alcanzando niveles récord, impulsadas fundamentalmente por una mayor demanda externa. El aumento de las exportaciones de bienes medidas en dólares (13%) reflejaría básicamente el crecimiento de los volúmenes, ya que los precios se mantendrían en los elevados niveles actuales, o bien caerían levemente. Por otra parte, las exportaciones de servicios crecerían en menor medida debido al menguado incremento de los ingresos turísticos (5%) resultante del incremento de los precios en dólares y del gasto medio de los turistas, puesto que el número de turistas nuevamente caería, principalmente por los cortes de los puentes con Argentina. En suma, las exportaciones de bienes y servicios expresadas en dólares crecerían 11% respecto a 2006.

Por su parte, las importaciones de bienes y servicios medidas en dólares se incrementarían 18%. Las importaciones de bienes crecerían 20%, algo más que las de servicios. Ello se debería a las importaciones de bienes de capital (como consecuencia de las inversiones de la planta de Botnia) y de consumo, ya que los intermedios se incrementarían algo menos, debido a que a pesar de continuar elevados, los precios del petróleo en promedio se mantendrían en niveles similares a 2006.

La competitividad, medida por el tipo de cambio real global de Uruguay, mejoraría aproximadamente 2% en 2007 respecto al nivel medio de 2006. Ello se debería a que la inflación media uruguaya en dólares (3,5%) se ubicaría por debajo de la de los principales socios comerciales.

El crecimiento de los precios internos en dólares derivaría de que el tipo de cambio nominal se incrementaría en promedio levemente con respecto a 2006 (en el entorno de los 24,5 pesos por dólar), mientras la inflación media de 2007 (6%) sería sólo algo inferior a la prevista para 2006. En 2007 los factores que presionarían al alza los precios minoristas continuarían siendo los ajustes salariales y de tarifas por su incidencia en los costos y las presiones de la demanda, derivadas del crecimiento del nivel de actividad.

Es probable que a los efectos de afianzar el esquema de objetivos de inflación, en el transcurso del próximo año se introduzcan algunos cambios puntuales en la política monetaria vigente.

Las cuentas públicas en 2007 mostrarían una mejora en términos del PIB debido al crecimiento de la actividad interna y su consecuente efecto positivo sobre la recaudación tributaria. La mejora de los ingresos fiscales permitiría financiar parcialmente los mayores gastos previstos, en particular los mencionados aumentos de la inversión y de las remuneraciones del sector público. Asimismo, una vez superada la crisis energética y en un contexto de precios del petróleo sin aumentos significativos, se espera una mejoría en el resultado operativo de las empresas públicas. En igual sentido contribuiría la reducción de los aportes patronales de éstas cuando se implemente la Reforma Tributaria. Así, se estima que a fines de 2007 el déficit global del sector público consolidado sería del orden de 0,5% del PIB y resultaría de un superávit primario de 4% del PIB y de un gasto por concepto de intereses de 4,5% del PIB.

INDICADORES DE LA ECONOMÍA INTERNACIONAL, REGIONAL Y NACIONAL (2003-2007)					
	2003	2004	2005	2006 (1)	2007 (1)
Economía internacional y regional					
PIB mundial (variación real anual, en %)	4,1	5,3	4,9	5,1	4,9
Comercio mundial (variación real anual, en %)	5,3	10,6	7,4	8,9	7,6
Precio spot del petróleo West Texas (variación media anual, en %)	18,7	33,6	36,4	16,6	0,0
Tasa Libor en dólares a 180 días (en %)	1,2	1,8	3,8	5,3	5,5
Commodities primarios no petroleros (var.media anual, en %)	6,9	18,5	10,3	22,1	-4,8
PIB Argentina (variación real anual, en %)	8,8	9,0	9,2	8,5	7,0
PIB Brasil (variación real anual, en %)	0,5	5,0	2,2	2,8	3,5
Economía nacional					
PIB (variación real anual, en %)	2,2	11,8	6,6	7,0	5,0
PIB (millones de dólares)	11.204	13.237	16.830	19.400	21.000
Depreciación (dic. a dic., en %)	7,4	-9,2	-11,0	3,3	1,5
Inflación (dic. a dic., en %)	10,2	7,6	4,9	6,3	6,0
Tipo de cambio real global (var. anual, en %) (2)	23,4	-0,6	-11,2	0,0	2,0
Salario real (var. media anual, en %)	-12,4	-0,1	4,6	4,5	5,5
Tasa de desempleo (país urbano, prom. anual en %)	18,1	14,1	13,1	11,5	10,5
Resultado en cuenta corriente (en % del PIB)	-0,5	0,3	0,0	-1,0	-2,0
Resultado fiscal consolidado (en % del PIB)	-2,9	-1,9	-0,8	-0,8	-0,5
(1) Valores proyectados.					
(2) Variación media anual calculada a partir de la inflación minorista de Uruguay y sus socios comerciales.					
FUENTE: Instituto de Economía, en base a datos del FMI y la EIA; Banco Central e IBGE (Brasil), BCRA y MECON (Argentina), INE, BCU y proyecciones propias.					

Anexo XI
Adam Smith:
Mercado y Envolverte Ética

Adam Smith: Mercado y Envolvente Ética.¹

Enrique Sergio Péés Boz

Resumen. El presente trabajo promueve la relectura de Adam Smith y su Doctrina Económica Liberal, buscando en los pilares que nos legara a través de sus obras *The theory of moral sentiments* (1759) y *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (1776), los fundamentos de nuestra afirmación prioritaria: *la ineludible interconexión sistémica entre una economía de libre mercado y la existencia de una Envolvente Ética*, a la que referenciamos como una *dinámica ética* de alcance universal que, superando las fronteras de la economía y, consecuentemente, abarcando la *praxeología* en su sentido amplio de acción humana, sirva de marco al impulso y los incentivos de una *eficiencia dinámica* identificada con la función empresarial.

Abstract: This paper promotes the re-reading of Adam Smith and his Liberal Theory on Economics, searching into the legacy of his works *The theory of moral sentiments* (1759) y *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (1776), the fundamentals for our main proposal: *the unavoidable and systemic interconnection between a free market economy and the presence of an Ethical Envelopment*, identifying the last one as an *ethical dynamic* with universal effect, surpassing the economy frontiers and, consequently, including the *praxeology* on its wide sense of human action, giving the framework to the impulse and the incentives coming up from the *dynamic efficiency* of the entrepreneurship.

Palabras clave: Adam Smith; Mercado; Ética; Eficiencia dinámica.

Códigos JEL: A12; A13; A14; B12; B53.

¹ Péés Boz, Enrique S. (2005a): Adam Smith: Mercado y Envolvente ética, mimeo, Universidad de Sevilla, Dpto. de Teoría Económica y Economía Política.

1. Introducción

El tema de la ética en la literatura económica no es nada nuevo, como el lector seguramente ya lo sabe. Tampoco lo es nuestra preocupación por descubrir su presencia en la evolución del pensamiento económico (Pécs Boz, 2003) y en la gestión de la empresa. Las *novedades* o *emergencias*² surgen del entusiasmo y la rigurosidad académica con que en los últimos tiempos se ha asumido su estudio.

En un reciente análisis sobre la *empresarialidad*³, la *dinámica ética*⁴ y el empresario (Pécs Boz, 2004), concluimos que un nuevo paradigma antropológico debería surgir de una más genuina interpretación de la mano invisible de Adam Smith, alejada del mecanicismo neoclásico y con el egoísmo individual restringido a la *cataláctica*⁵, donde la moral y la ética, objeto de los afanes de Smith en su cátedra de Glasgow, orientarán la acción humana hacia estadios superiores, de acuerdo con los valores que en cada persona aniden, se desarrollen y, en comunión, se fortalezcan y diseminen sobre la sociedad en su conjunto. Por último, en una especie de aspiración sin tiempo, establecíamos que la contribución del empresario, ejerciendo una

² *Todo lo que es susceptible de ser generado, endógenamente o no, comprendiendo elementos de todo grado de estructuralidad, transformándose en novedades en aquellos casos que además de ser no previstas y no previamente acontecidas, sean fruto de dinámicas endógenas o de procesos de autorrealización. (Rubio de Urquía, 2004a)*

³ *El término «función empresarial» o «empresarialidad» etimológicamente procede del latín in prehendō, que significa «descubrir», «ver», «darse cuenta» de algo. En este sentido podemos definir la función empresarial como la capacidad típicamente humana para darse cuenta de las oportunidades de ganancia que surgen en el entorno actuando en consecuencia para aprovecharse de las mismas. (Huerta de Soto, 2004, p. 26)*

⁴ *Responsable de la formación secuencial de objetivos de acción, y de la selección de medios y acciones de la persona ideal. (Rubio de Urquía, 2004b, p. 42)*

⁵ *Teoría del mercado y del cálculo económico, cataláctica en la terminología misiana (palabra originaria del griego katallattein, cuya traducción es canjear o permutar). La ciencia económica para Mises es la cataláctica, el intercambio de bienes de forma directa, mercancía-mercancía o indirecta, mercancía-dinero-mercancía, sujeto a cálculo económico. La praxeología es la teoría de los prerrequisitos, requisitos y categorías de toda acción humana. (Aranzadi del Cerro, 2004, p. 23)*

empresarialidad balanceada entre el *principio económico*⁶ y su ética, consciente de sus responsabilidades sociales y de las limitantes del medio, aportaría a la concreción de cambios estructurales endógenos y *novedades* en los planes de acción de los diversos agentes interactuantes, relativizando al mercado a su función relevante, mas estrictamente instrumental.

El presente trabajo responde a la invitación que efectuara Huerta de Soto en su artículo sobre “*La Teoría de la Eficiencia Dinámica*”⁷, en el que impulsaba a aquellos “*que terminen estimando que el análisis de la concepción dinámica de la eficiencia económica puede ser fructífero e interesante*”, a profundizar en diversas líneas de investigación vinculadas a dicha visión. En tal sentido, hemos asumido como una de las más significativas, la relectura del estructurador de la Doctrina Económica Liberal – Adam Smith- buscando en los pilares que nos legara a través de sus obras *The theory of moral sentiments* (1759) y *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (1776), los fundamentos a nuestra afirmación prioritaria: *la ineludible interconexión sistémica entre una economía de libre mercado y la existencia de una envoltente ética*⁸ *que la soporte.*

⁶ De un conjunto de haces de planes personales de acción instantáneos alternativos, jerárquicamente ordenados, la persona –empresario, trabajador, consumidor, etc.- adoptará el haz de mayor rango jerárquico “percibido” en cada instante como posible. (Rubio de Urquía, 2004a)

⁷ Entendida como la capacidad para impulsar, por un lado, la creatividad empresarial y, por otro lado, la coordinación, es decir, la capacidad empresarial para buscar, descubrir y superar los diferentes desajustes sociales. (Huerta de Soto, 2004, p. 25)

⁸ Concepto que proponemos para referenciar a una dinámica ética de alcance universal, superando las fronteras de la cataláctica y, consecuentemente, abarcando la praxeología en su sentido amplio de acción humana. Como lo reconoce Huerta de Soto (2004, p. 53): “*existen una serie de principios éticos y morales de gran importancia cara a la eficiencia dinámica de los procesos sociales en relación con los cuales se da la siguiente paradójica situación: su falta de cumplimiento a nivel individual tiene un altísimo coste en términos de eficiencia dinámica, pero, por otro lado, tratar de imponerlos utilizando la fuerza coactiva de los poderes públicos, genera también graves ineficiencias desde el punto de vista dinámico. De ahí la gran trascendencia que tienen determinadas instituciones sociales a la hora de transmitir e impulsar la observancia de estos principios de moral personal que, por su propia naturaleza,*

Los resultados de la investigación bibliográfica realizada, se transcriben a continuación, de acuerdo al siguiente contenido: (a) En el apartado 2. presentamos las referencias básicas del “Marco teórico” al que se ha sometido el desarrollo metodológico, caracterizado este último por un análisis alternado de las obras mencionadas; (b) El apartado 3. “Oportunas y calificadas observaciones”, incorpora aportes iniciales de especialistas; (c) A partir del apartado 4. “*La mano invisible: un autor, una única y sólida antropología*”, iniciamos la construcción de nuestra visión de Adam Smith y la trascendencia otorgada a la que definiéramos como *la imprescindible envoltente ética*, indagando sobre el origen y el verdadero significado y alcance de su famosa expresión; (d) A través del apartado 5. “Moral, egoísmo individual y equilibrio social”, delimitamos la profundidad y el alcance de su *individualismo*, en el marco de la *dinámica ética* que caracteriza globalmente su ideología; (e) El apartado 6. “La meta-visión antropológica de Adam Smith: el *Hombre Interior*”, pone de manifiesto la visión introspectiva de la doctrina, mediante controles a lo tangible desde lo intangible: la *sympathy*, el *amor propio* y el propio *Hombre Interior*, generando desde un equilibrio social las condiciones para el desarrollo de la *eficiencia dinámica*; (f) Finalmente, en los apartados 7. “Las simientes de una Economía de Libre Mercado: hacia una imprescindible *Envoltente Ética*” y 8. “Conclusiones”, sintetizamos nuestra apreciación del tema, promoviendo su futuro desarrollo a través de modelos econométricos de crecimiento endógeno, con la presencia de intangibles –*Capital Social*

no pueden imponerse por la fuerza, pero que, a su vez, son de gran importancia para hacer posible la eficiencia dinámica de la sociedad”. En suma, nuestra definición de envoltente ética pone de manifiesto la relevancia que para un adecuado desempeño de una economía libre de mercado surge de la presencia de un Capital Social –«conjunto de normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza y la cooperación entre las personas, las comunidades y la sociedad en su conjunto (CEPAL, Durston, John (1999): “Construyendo Capital Social Comunitario”, Revista de la CEPAL, N 69) »- y de una Responsabilidad Social Empresaria «visión de negocios que integra en la gestión empresarial y en forma armónica el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente (DERES, Uruguay, “Manual de Primeros Pasos”, 2003, p. 10)»-, que enmarquen el impulso y los incentivos de una eficiencia dinámica.

y *Empresarialidad*- capaces de enriquecer los activos tangibles generalmente considerados.

Finalmente, al culminar esta introducción, queremos hacer constar nuestro agradecimiento a los integrantes del Departamento de Teoría Económica y Economía Política de la Universidad de Sevilla, en la persona de su Director, el Prof. Dr. Camilo Lebón Fernández, así como a la Prof. Dra. Rocío Sánchez Lissén, por su orientación y apoyo intelectual y humano.

2. Marco Teórico

La implementación del estudio se ha realizado en base a los instrumentos de que dispone actualmente la Teoría Económica Moderna, la que identificamos como aquella orientada a “investigar cómo los individuos en sociedad adecuan medios a fines, a partir de caracterizaciones analíticas de persona, sociedad, conjuntos de medios, conjuntos de fines y otros elementos relativos a su medio de operación, reconociendo en cada caso la propensión a una adecuación proyectiva de medios a fines (Rubio, 2004, p.21). Por su parte, la investigación de la trascendencia de la *envolvente ética* en la eficiencia dinámica de la economía y, muy especialmente, la visión que de la misma postulamos, impone una representación fáctica o ideal de la dinámica global de la sociedad, constituida a partir de la ocurrencia secuencial de proyectos y realizaciones efectivas de cada uno de sus integrantes, de acuerdo a roles no deterministas.

En el presente trabajo no profundizaremos en el diseño de *teorías* estructuradas, que explicarían cómo cada persona elabora y rediseña sus planes, cómo se llevan a cabo sus acciones, cómo incide el escenario y, no menos importante, cómo reacciona la dinámica social. Alternativamente, procuraremos identificar, entre los enunciados

antropológicos, los de carácter descriptivo de las condiciones iniciales de persona y sociedad, así como las propiedades y datos diversos del medio no humano, la relevancia asignada por Smith a la que definiéramos como *envolvente ética*, para explicar el comportamiento de sistema de personas ideales operando en *su* mundo ideal. Nuestra apreciación no será más que una de las potenciales visualizaciones de *su modelo teórico* y de *su sistema legal*. De la mencionada antropología fundamental surgirán múltiples *mundos ideales*, fundamentando otros tantos *modelos*, sin por ello excedernos de los límites de la *teoría*.. Baste, con lo expuesto, para comprender desde ya, la diversidad de interpretaciones que pueden emanar de escritos tan analizados como lo son los de Adam Smith.

Los componentes de los *modelos* que conforman una *teoría*, sea ésta de carácter estrictamente económica o no, no se agotan en la incorporación de la *dinámica ética* de cada persona, sino que también incluye a la *dinámica cognitiva* -responsable de la formación secuencial de las representaciones de lo que es y lo que es posible- para la persona ideal, a la *dinámica social* de formación del medio de operación ideal –de la que la *dinámica social* de transporte de información forma parte- y, no menos importante, el *sistema de interacción secuencial* entre al menos dos personas de la sociedad (Rubio, 2004b, p. 42).

En el plano morfológico, para comprender cómo cada individuo permanentemente debe optar, será necesario recurrir al auxilio de un nuevo enunciado antropológico: el *principio económico*, que establece que de un conjunto de haces de planes personales de acción instantáneos alternativos, jerárquicamente ordenados, la persona –empresario, trabajador, consumidor, etc.- adoptará el haz de mayor rango jerárquico “percibido” en cada instante como posible. Como individuos, nos

enfrentamos a dos tipos de medios y fines: los de carácter económico o sujetos al *principio económico* y, adicionalmente, múltiples factores ajenos a tal racionalización, como lo reconocen teorías que afirman que “... *la explicación de los procesos de asignación de recursos y la lógica de la elección, no debe principalmente buscarse en la operación del principio económico, sino que debe buscarse en la naturaleza específica del mundo ideal asumido, en especial mediante el análisis de las dinámicas ética, cognitiva y de transporte de la información*” (Rubio, 2004a).

Para comprender –no digo necesariamente compartir– nuestra lectura de las obras de Smith, asumimos una consideración epistemológica de la sociedad más cercana a nuestros días que a la contemporaneidad del mencionado autor, visualizándola como compuesta de grupos de personas que van proyectando y desplegando su acción en diversos instantes, interactuando entre sí y con su medio. La potencial afectación sobre el otro de cada actuación personal, caracterizan la antropología y la gnoseología básica, a través de los elementos sustantivos: la *dinámica ética*, la dinámica cognitiva, el transporte de información y la interacción social. Todo ello se vincula fundamentalmente a las dinámicas de cambio estructural endógeno, capaz de producir *novedades* en forma sistemática. Adicionalmente, se hace necesario recordar conceptos tales como: *coordinación, estructura, crecimiento, evolución, emergencia, novedad, organización, autoorganización y evolución*, que el lector podrá ubicar y profundizar en la literatura más reciente sobre las teorías de gestión de empresas.

En nuestro caso, consideramos suficiente con incorporar una muy breve referencia a los procesos de *autoorganización* –descritos como aquellos en los que se producen, endógenamente, transformaciones estructurales, con la aparición de *novedades*, a través de una dinámica sistémica que avanza de lo individual a lo

colectivo. Novedades que además de ser no previstas y no previamente acontecidas, sean fruto de dinámicas endógenas o de procesos de *autorrealización*. Creemos que Adam Smith, a través de su *simpathy*⁹ y, fundamentalmente, de la fuerza del *hombre interior*¹⁰, sostenía todo su edificio ideológico en este tipo de procesos de carácter endógeno, no necesitados de apoyos exógenos, más potentes que toda vocación legislativa o reglamentarista. Será en este marco donde la *mano invisible* se identificará con la *dinámica ética*, a través de principios morales incorporados generalizadamente en la antropología fundamental, en los modelos praxeológicos y en la teoría económica en particular, relativizando al *Mercado* a su función, relevante pero meramente instrumental, dependiente de la presencia de una eficiencia dinámica y de una *envolvente ética*.

Un *Mercado* como el que la Escuela Austriaca ha intentado defender, frente a los modelos neoclásicos de equilibrio y competencia perfecta, incorporando el teorema praxeológico de la incertidumbre, a partir de la defensa de la libertad y, lo más relevante, retornando al orden espontáneo smithiano, en un mundo ideal caracterizado por el concepto evolutivo (Zanotti, 1990, p. 168). Podremos entonces trascender el

⁹ La *simpatía* –*sympathy*– fruto de la capacidad del *espectador u hombre interior* de ubicarse en el lugar del otro y comprenderlo: “...en toda pasión que el alma humana es susceptible de abrigar, las emociones del *espectador* siempre se corresponden con lo que, al colocarse en su mismo lugar, imagina que son los sentimientos que experimenta el protagonista. ... Lástima y compasión son palabras apropiadas para significar nuestra condolencia ante el sufrimiento ajeno. La *simpatía*, aunque su significado fue quizá originalmente el mismo, puede hoy utilizarse sin mucha equivocación para denotar nuestra compañía en el sentimiento ante cualquier pasión”⁹. (Smith, A.; R. B.. 2004a, p. 52)

¹⁰ “El hombre interior, el ilustre juez y árbitro de nuestra conducta. Él es quien nos advierte que no somos más que uno en la muchedumbre y en nada mejor que ningún otro integrante, y que cuando nos preferimos a nosotros mismos antes que a otros, tan vergonzosa y ciegamente, nos transformamos en objetivos adecuados del resentimiento, el aborrecimiento y la execración. Sólo por él conocemos nuestra verdadera pequeñez y la de lo que nos rodea, y las confusiones naturales del amor propio sólo pueden ser corregidas por la mirada de este espectador imparcial”¹⁰. (Smith, A.; R.B., 2004a, p. 253)

concepto de la *eficiencia estática* que desde el siglo XIX ha caracterizado el análisis económico preponderante, retornando a estadios previos a la influencia de la física mecánica¹¹. Huerta de Soto, frente a una evolución que no comparte y sobre la cual afirma que ha desaparecido “la dimensión creadora y especulativa que, desde sus orígenes, tenía el concepto de eficiencia económica, quedando tan sólo la dimensión reduccionista y estática de dicho concepto, centrada exclusivamente en el objetivo de minimizar el despilfarro de unos recursos económicos que se consideran conocidos y dados”¹², propondrá la *eficiencia dinámica* que incorporamos como referente de nuestro marco teórico: “la capacidad para impulsar, por un lado, la creatividad empresarial y, por otro lado, la coordinación, es decir, la capacidad empresarial para buscar, descubrir y superar los diferentes desajustes sociales” (Huerta de Soto, 2004, p. 25).

La preocupación por una activa presencia de la *dinámica ética* en el desarrollo económico y social no necesariamente surgirá con Smith. Sin retroceder a los filósofos griegos, baste con atender a las propuestas de la Escuela de Salamanca, donde se desarrolló una profunda y extensa ética de los negocios. Entre los temas que trataron, se encuentran los siguientes: la propiedad privada, licitud de las ganancias comerciales, cumplimiento de los contratos, fraudes, restitución, precio justo, condiciones de intercambio comercial, monopolios, justicia en los salarios, deberes de los asalariados,

¹¹ “Sin embargo, y a pesar de estos esperanzadores antecedentes, a partir del advenimiento de la Edad Moderna el concepto de eficiencia económica paulatinamente se estrecha y reduce, hasta llegar a referirse con carácter exclusivo a la dimensión estática, es decir, al actuar diligente dirigido a evitar el despilfarro de los recursos «dados». En esta evolución reduccionista, que empobrece notablemente el concepto de eficiencia con sus dos dimensiones distintas que ya había articulado Jenofonte, tiene una influencia determinante la forma en que el surgimiento y desarrollo de la física mecánica termina afectando a la evolución del pensamiento económico, especialmente a partir del siglo XIX”. (Huerta de Soto, 2004, p. 18)

¹² Huerta de Soto, 2004, p. 18.

cumplimiento de las leyes, procedimientos de cambio, usura y préstamos con interés, tributación y gastos públicos. Más aún, estudios especializados han concluido que las principales aportaciones de los teólogos moralistas del siglo XVI incluían el esfuerzo realizado para que la ética y la moral interpelen a la realidad económica, a fin de que ésta responda a los requerimientos de la razón y no traicione al hombre, sino que salvaguarde y promueva su dignidad, así como el tesón porque ética y moral se dejen a su vez interpelar por esa misma realidad, a los efectos de que no pierdan de vista los medios y las mediaciones materiales, merced a las cuales el hombre alcanza su perfección ética y su plenitud moral (Del Vigo Gutiérrez, 1999, p. 23).

En suma, plantaremos nuestra investigación en un marco conceptual como el descrito, orientada a contrastar una “hipótesis nula” identificada con la más frecuente interpretación de la *mano invisible* de Adam Smith, vinculándola casi en exclusividad con el *mercado*, con una “hipótesis alternativa” que impulse una nueva lectura de la doctrina smithiana, con cabida para una *envolvente ética*, bastión inexpugnable de una economía libre de mercado.

3. Oportunas y calificadas observaciones

La literatura nos ofrece referencias muy útiles para presentar nuestra propia investigación e interpretación de lo que Adam Smith propusiera hace ya más de dos siglos, así como sobre las reacciones de economistas y de otros académicos que, interesados en las repercusiones de sus ideas, han tentado difundir lo dicho y lo implícito, en especial en lo referente a sus obras *Sentimientos Morales* y *Riqueza de las Naciones* y, por cierto, notablemente más numerosas en lo que respecta a ésta última.

La primer cita que hemos seleccionado, recuerda la tendencia de la “sabiduría popular” que asocia a Smith con la “más célebre metáfora económica”: el mercado libre actuando como una *mano invisible* que maximiza el bienestar general. Luego de concluir que “esto es sólo una visión parcial de sus teorías”, Rodríguez Braun califica como una distorsión aún más grave la de creer que Smith fue el profeta del capitalismo salvaje, si por tal se entiende “un contexto económico meramente asignativo, un mercado sin justicia ni valores éticos, y sólo orientado por el egoísmo” (Rodríguez Braun, 2004a, p. 7 y 8).

En un sentido similar, Werhane evalúa la recurrencia a Smith para “justificar el capitalismo del *laissez-faire*”, afirmando que, sin embargo, una “lectura cuidadosa” de sus textos permite invocar otra interpretación: “...Smith no es un economista *laissez-faire*. Según él, los intercambios económicos y los mercados son eficientes precisamente porque no son meramente egoístas, y el crecimiento económico depende de lo que hoy llamamos el imperio de la ley” (Werhane, 1999, pp. 393 y 400).

Amartya Sen retorna la economía en general y la interpretación del pensamiento de Smith en particular, al sendero ético y moral que nunca debió abandonar, como referente prioritario y, por que no, único objetivo de su propia razón de ser. Dirá Sen que el “carácter tímidamente «no ético» de la economía moderna”, contrasta con su evolución histórica, principalmente identificada con una ramificación de la ética. Fundamenta su aserto recordando que Smith, el «padre de la economía moderna», fue catedrático de Filosofía Moral de la Universidad de Glasgow y, no sólo ello, sino que “... hasta hace bastante poco, la economía se enseñaba en Cambridge simplemente como parte de la «Diplomatura en Ciencias Morales», (todo lo cual) no es más que un

ejemplo del diagnóstico tradicional sobre la naturaleza de la economía” (Sen, 1987, p. 20).

Finalmente, una nueva reflexión de Rodríguez Braun servirá para resumir estas citas previas: “... a quien más indignaría esta descripción sería sin duda al propio Smith, que fue ante todo un moralista, un admirador de la severidad estoica, que se preocupó siempre por las normas que limitan y constriñen la conducta humana” (Rodríguez Braun, 2004a, p. 8). Valgan, en su honor, los esfuerzos por acercarnos a su verdadero mensaje.

4. La mano invisible: un autor, una única y sólida antropología

¿Las obras *Sentimientos Morales y Riqueza de las Naciones* pertenecen a distintos autores? Tal es la inquietud que despierta en algunos lectores el enfoque aparentemente contradictorio o, al menos diverso, de ambos textos. Una absoluta negativa por respuesta corresponde a la interrogante precedente. Ni autores distintos, ni evolución ideológica: un mismo autor y una única y sólida antropología, corroborada a lo largo de una existencia que, desde el punto de vista intelectual, conlleva a la redacción de *The theory of moral sentiments* hacia el año 1759 y, luego de más de 15 años y varios viajes aparecerá, en el año 1776, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Lo más trascendente lo rescata Rodríguez Braun: “... la preocupación de Smith por las cuestiones morales se refleja no sólo en que consideró que la *Teoría* era un libro superior a la *Riqueza*, sino en que siguió trabajando en la primera mientras le quedaron fuerzas, e introdujo abundantes cambios en la sexta edición, publicada poco antes de su muerte” (Rodríguez Braun, 2004a, p.11).

La alusión más difundida a la *invisible hand* es la que surge de la *Riqueza de las Naciones*, que en general se traduce como que al individuo¹³ “...una *mano invisible* lo conduce a promover un objetivo que no entraba en sus propósitos. El que sea así no es necesariamente malo para la sociedad. Al perseguir su propio interés frecuentemente fomentará el de la sociedad mucho más eficazmente que si de hecho intentase fomentarlo” (Smith, A.; R. B., 2004b, p. 554). A partir de esta afirmación, se ha identificado dicha *mano invisible* con el Mercado, construyéndose así buena parte del mensaje neoclásico tradicional. Sin embargo, fecha y lugar son inadecuados para investigar sobre el alumbramiento, carácter y alcance del concepto. Debemos volver sobre sus cursos de Filosofía Moral y, en particular, a su obra *Teoría sobre los Sentimientos Morales*, para encontrarnos con el verdadero nacimiento del personaje clave de nuestros comentarios.

The theory of moral sentiments ya incorporaba, en 1759, el concepto de la *mano invisible*: “... una *mano invisible* los conduce a realizar casi la misma distribución de las cosas necesarias para la vida que habría tenido lugar si la tierra hubiese sido dividida en porciones iguales entre todos sus habitantes, y así sin pretenderlo, sin saberlo, promueven el interés de la sociedad y aportan medios para la multiplicación de la especie. Cuando la Providencia distribuyó la tierra entre unos pocos patrones señoriales, ni olvidó ni abandonó a los que parecían haber quedado excluidos del reparto. También éstos disfrutaban de una parte de todo lo que producen”¹⁴ (Smith, A.; R. B.; 2004a, p.

¹³ “... he is in this, as in many other cases, led by an invisible hand to promote an end which was no part of his intention. Nor is it always the worse for the society that it was no part of it. By pursuing his own interest he frequently promotes that of the society more effectually than when he really intends to promote it. I have never known much good done by those who affected to trade for the public good”. Smith, Adam (1776), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

¹⁴ “... They are led by an invisible hand to make nearly the same distribution of the necessaries of life, which would have been made, had the earth been divided into equal portions among all its inhabitants,

324). Indudablemente, la aplicación económica de lo expuesto es factible, pero en ella no se detiene, sino que se enmarca en una meta-visión sobre la que pronto profundizaremos. Pero antes, debemos introducir su otro concepto de vasta difusión: el *egoísmo individual*.

El Hombre Social y el Hombre Económico están ambos presentes en Smith, pero el primero nace antes y permanece -y supera en trascendencia- a todos los “planes de acción” sujetos al “principio económico”. Dirá Smith en 1759, seguramente ratificando por escrito sus cursos de Filosofía Moral: “...por más egoísta que se pueda suponer al hombre, existen evidentemente en su naturaleza algunos principios que le hacen interesarse por la suerte de otros, y hacen que la felicidad de éstos le resulte necesaria, aunque no derive de ella nada más que el placer de contemplarla”¹⁵ (Smith, A.; R. B.; 2004a, p. 49) Pasarán dieciséis años para que podamos profundizar en su visión de la actividad comercial propiamente dicha. No desde el punto de vista de la economía normativa, sino solamente desde una apreciación histórica de la economía positiva de su tiempo. No desde su visión antropológica ni de su modelo epistemológico ideal, sino desde una síntesis táctica en el muy específico campo del intercambio comercial. No del deber ser, sino de un dialogado práctico y fácilmente comunicativo, en el marco cultural táctico, no confundible con una estrategia vivencial recomendada.

and thus without intending it, without knowing it, advance the interest of the society, and afford means to the multiplication of the species. When Providence divided the earth among a few lordly masters, it neither forgot nor abandoned those who seemed to have been left out in the partition”. Smith, Adam (1759), The theory of moral sentiments; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

¹⁵ *“How selfish soever man may be supposed, there are evidently some principles in his nature, which interest him in the fortune of others, and render their happiness necessary to him, though he derives nothing from it except the pleasure of seeing it”. Smith, Adam (1759), The theory of moral sentiments; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.*

De la *Riqueza de las Naciones* extraemos el pasaje que generaciones de pensadores ilustres se han encargado de difundir, sencillos oyentes de comprender y, en ciertos casos, de intentar investigar su verdadero contenido: “... el hombre, en cambio, está casi permanentemente necesitado de la ayuda de sus semejantes, y le resultará inútil esperarla exclusivamente de su benevolencia. Es más probable que la consiga si puede dirigir en su favor el propio interés de los demás, y mostrarles que el actuar según él demanda redundará en beneficio de ellos. Esto es lo que propone cualquiera que ofrece a otro un trato. Todo trato es: dame esto que deseo y obtendrás esto otro que desees tú; y de esta manera conseguimos mutuamente la mayor parte de los bienes que necesitamos. *No es de la benevolencia del carnicero ...*”¹⁶ (Smith, A.; R. B., 2004b, p. 45).

Las fuentes de esta aparente dicotomía en el pensamiento de Smith, las podemos encontrar en los escritos clásicos que constituyeron las bases de su formación académica. Al respecto, como Guzmán Cuevas lo incorpora a su trabajo sobre “Ética y ciencia económica”¹⁷, “Aristóteles ya distinguía estos dos conceptos con los términos de *egoísmo noble* –el que se apoya en la razón y persigue además el bien colectivo- y *egoísmo vulgar* –el que se apoya en la pasión y el vicio y daña a los demás-. Así, en su célebre obra *Moral a Nicómaco* o *Ética Nicomaquea* señala textualmente en el capítulo VIII del libro IX, dedicado al *egoísmo* o *amor propio*: «podría decirse que el hombre de bien es el más egoísta de todos los hombres, pero este egoísmo es muy distinto de aquél al que se le da un nombre injurioso. Este egoísmo noble supera en tanto al egoísmo

¹⁶ “... *But man has almost constant occasion for the help of his brethren, and it is in vain for him to expect it from their benevolence only. He will be more likely to prevail if he can interest their self-love in his favour, and show them that it is for their own advantage to do for him what he requires of them. Whoever offers to another a bargain of any kind, proposes to do this. Give me that which I want, and you shall have this which you want, is the meaning of every such offer; and it is in this manner that we obtain from one another the far greater part of those good offices which we stand in need of. It is not from the benevolence of the butcher ...*”. Smith, Adam (1776), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

¹⁷ Fontela Montes, E. y Guzmán Cuevas, J., 2003, p. 25.

vulgar, como vivir según la razón a vivir según la pasión ... Se llegaría a deducir esta doble consecuencia: de una parte, que el hombre de bien debe ser egoísta, porque haciendo el bien le resultará a la vez un gran provecho personal y servirá al mismo tiempo a los demás; de otra, que el hombre malo no es egoísta, porque sólo conseguirá perjudicarse a si y dañar al prójimo».”

Adicionalmente, y ya sentando doctrina sobre el propio proceso productivo, surgirá su Teoría sobre la División del Trabajo: “ ... esta división del trabajo, de la que se derivan tantos beneficios, no es el efecto de ninguna sabiduría humana... Es la consecuencia necesaria, aunque muy lenta y gradual, de una cierta propensión de la naturaleza humana, que no persigue tan vastos beneficios; es la propensión a trocar, permutar y cambiar una cosa por otra. ... La propensión existe en todos los seres humanos y no aparece en ninguna otra raza de animales, que *revelan desconocer tanto este como cualquier otro tipo de contrato*”¹⁸ (Smith, A.; R. B., 2004b, p. 44). Esta última parte de la cita resulta por demás esclarecedora del pensamiento de Smith, contribuyendo a explicar la valoración que haremos de la *envolvente ética*.

Pero también aporta fundamentos sobre la visión evolutiva y dinámica que Smith proponía acerca de la eficiencia económica, donde el comercio ya no es solamente un aspecto de la que Mises definiría como *cataláctica*, sino un elemento constitutivo y diferencial de la *praxeología*. Complementariamente, la eficiencia dinámica, definida a partir de la función empresarial o *empresarialidad* –“la capacidad

¹⁸ “ ... *This division of labour, from which so many advantages are derived, is not originally the effect of any human wisdom ... It is the necessary, though very slow and gradual consequence of a certain propensity in human nature which has in view no such extensive utility; the propensity to truck, barter, and exchange one thing for another. ... It is common to all men, and to be found in no other race of animals, which seem to know neither this nor any other species of contracts*”. Smith, Adam (1776), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

típicamente humana para crear y descubrir continuamente nuevos fines y medios” (Huerta de Soto, 2004, p. 47)- se instrumentará a través de la *Distribución del Trabajo*, donde “los recursos nunca están dados, sino que tanto los fines como los medios son continuamente ideados y concebidos *ex novo* por los empresarios, siempre deseosos de alcanzar nuevos objetivos”¹⁹. Y, si a esta función empresarial le adicionamos una adecuada *envolvente ética*, habremos posibilitado la concreción de la capacidad coordinadora de la eficiencia dinámica de la economía.

5. Moral, egoísmo individual y equilibrio social

El énfasis con que en muchas ocasiones la literatura en general, y la económica en particular, han identificado a Smith con el *egoísmo individual*, según Werhane conlleva a un cierto grado de confusión entre nuestro autor y la propuesta ideológica de Herbert Spencer, “padre y fundador del darwinismo social” (Werhane, 1999, p. 393). Será Spencer quien, antes que el propio Darwin, acuñe la frase sobre la “supervivencia de los más aptos”. A partir de la concepción de un universo diverso pero construido a partir de una serie de principios de evolución, Spencer, y no Smith, concluye que “la mejor sociedad es una economía política de empresa privada tipo *laissez-faire*, casi sin gobierno, salvo para protegernos de dañar deliberadamente a los demás o inmiscuirnos en su vida” (Werhane, 1999, p. 396).

Más allá del respeto por grandes maestros que han contribuido al avance de la ciencia, resulta difícil comprender cómo se han podido sostener teorías extremas de “salarios de subsistencia” en el pensamiento cercano a Smith, cuando de las páginas de su obra surgen contundentes apreciaciones sobre la sociedad y el trabajo, tales como la

¹⁹ Huerta de Soto, 2004, p. 18.

siguiente: “ ... La retribución abundante del trabajo, por lo tanto, así como el efecto necesario, también es el síntoma natural de una riqueza nacional creciente. La magra subsistencia del pobre trabajador, por otro lado, es el síntoma natural de que las cosas están estancadas; si su condición es de hambre, entonces están retrocediendo rápidamente.”²⁰ (Smith, A.; R. B., 2004b, p. 119). Por otra parte, su inclusión en la *Riqueza de las Naciones* atestigua nuevamente nuestro aserto de un solo autor, una única antropología, sostenida a lo largo de toda su obra.

En el marco de un “capitalismo feroz” -descripción epistemológica de un *mundo ideal* muchas veces adjudicado a Smith- nos preguntamos si se os han recordado afirmaciones que Smith formulara sobre la verdadera *Riqueza de las Naciones*. Valga mencionar, a modo de referencia testimonial, la siguiente: “ ... ninguna sociedad puede ser floreciente y feliz si la mayor parte de sus miembros es pobre y miserable. Además, es justo que aquellos que proporcionan alimento, vestimenta y alojamiento para todo el cuerpo social reciban una cuota del producto de su propio trabajo, suficiente para estar ellos mismos adecuadamente bien alimentados, vestidos y alojados”²¹ (Smith, A.; R. B., 2004b, p. 126).

Por último e investigando las raíces del pensamiento de Smith, son muchos los especialistas que ven en sus ideas antecedentes estoicos. Al respecto, destacan su

²⁰ “ ... *The liberal reward of labour, therefore, as it is the necessary effect, so it is the natural symptom of increasing national wealth. The scanty maintenance of the labouring poor, on the other hand, is the natural symptom that things are at a stand, and their starving condition that they are going fast backwards...* ”. Smith, Adam (1776), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

²¹ “ ... No society can surely be flourishing and happy, of which the far greater part of the members are poor and miserable. It is but equity, besides, that they who feed, clothe, and lodge the whole body of the people, should have such a share of the produce of their own labour as to be themselves tolerably well fed, clothed, and lodged”. Smith, Adam (1776), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

aprehensión por la moral y su exaltación de la virtud, en rango de excelencia. La virtud del *autocontrol* o continencia. La propia idea de la *mano invisible*, “por el énfasis de los estoicos en la armonía natural y también el canto a la frugalidad y la laboriosidad, y el desprecio por las riquezas materiales” (Rodríguez Braun, 2004a, p. 13), es generalmente asociada con fuentes estoicas. Sin embargo, Smith no compartirá la mera contemplación. Como hombre de acción, admirará a quienes hacen y actúan, más que a los que sólo adoptan la casi siempre menos riesgosa actitud de juzgar y abstenerse: “... Los hombres de retiro y pensamiento, que se sientan en su casa y cavilan sobre la congoja o el encono, aunque puedan tener a menudo más benignidad, más generosidad y un sentido más fino del honor, sin embargo rara vez poseen esa uniformidad de temperamento que es tan común entre los hombres de mundo”²² (Smith, A.; R. B., 2004a, p. 72).

6. La meta-visión antropológica de Adam Smith: el **Hombre Interior**

La modelización que Smith realiza de su mundo ideal, de su *meta-visión antropológica*, que trasciende lo meramente tangible y busca las fuentes del comportamiento existencial en lo interior del Hombre –aspectos estos que veremos de alguna manera reflejados, dos siglos después, en los escritos de Menger, Mises y demás miembros de la Escuela Austriaca- superará notoriamente el también muy difundido tema del ordenamiento legal como “envolvente” de la economía libre de mercado. Una vez más, baste una cita de nuestro autor: “... aunque el hombre ha sido de esta manera

²² “... *Men of retirement and speculation, who are apt to sit brooding at home over either grief or resentment, though they may often have more humanity, more generosity, and a nicer sense of honour, yet seldom possess that equality of temper which is so common among men of the world*”. Smith, Adam (1759), *The theory of moral sentiments*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

convertido en juez inmediato de la humanidad, lo es sólo en la primera instancia, y sus sentencias pueden ser apeladas a un tribunal mucho más alto, el tribunal de sus propias conciencias, el del supuesto *espectador imparcial y bien informado*, el del hombre dentro del pecho, el alto juez y árbitro de su conducta. ... La jurisdicción del *hombre interior* se funda exclusivamente en el deseo de ser loable y en la aversión a ser reprobable, en el deseo de poseer las cualidades y realizar las acciones que apreciamos y admiramos en otras personas, y en el pavor a poseer las cualidades y realizar las acciones que odiamos y despreciamos en otras personas”²³ (Smith, A., R. B., 2004a, p. 244).

Planteadas las mejores *tácticas comerciales e industriales* en su *Riqueza de las Naciones*, Smith establece su *visión y misión estratégica* del Hombre, no solamente respecto al deber ser, sino a la apreciación de la realidad circundante. En su *Teoría sobre los Sentimientos Morales* se interroga, se responde y, si estamos atentos, nos enriquece: “ ... ¿qué es lo que impele a los generosos siempre y a los mezquinos muchas veces a sacrificar sus propios intereses a los intereses más importantes de otros? ... Es la razón, el principio, la conciencia, el habitante del pecho, el *hombre interior*, el ilustre juez y árbitro de nuestra conducta. Él es quien nos advierte que no somos más que uno en la muchedumbre y en nada mejor que ningún otro integrante, y que cuando nos preferimos a nosotros mismos antes que a otros, tan vergonzosa y ciegamente, nos

²³ “... *But though man has, in this manner, been rendered the immediate judge of mankind, he has been rendered so only in the first instance; and an appeal lies from his sentence to a much higher tribunal, to the tribunal of their own consciences, to that of the supposed impartial and well-informed spectator, to that of the man within the breast, the great judge and arbiter of their conduct. ... The jurisdiction of the man within, is founded altogether in the desire of praise-worthiness, and in the aversion to blame-worthiness; in the desire of possessing those qualities, and performing those actions, which we love and admire in other people; and in the dread of possessing those qualities, and performing those actions, which we hate and despise in other people.* ”. Smith, Adam (1759), *The theory of moral sentiments*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

transformamos en objetivos adecuados del resentimiento, el aborrecimiento y la execración. Sólo por él conocemos nuestra verdadera pequeñez y la de lo que nos rodea, y las confusiones naturales del amor propio sólo pueden ser corregidas por la mirada de este *espectador imparcial*”²⁴ (Smith, A.; R.B., 2004a, p. 253). A diferencia de lo que ocurre cuando acude a la “actitud del carnicero”, generalmente interpretada como propia de la economía positiva más que normativa, aquí Smith nos dibuja el contorno del hombre real, sin perjuicio de incluirlo como referente principal de *su mundo ideal*.

La conducta que el *hombre interior* asume como máxima virtud, fuerza impulsora de un equilibrio social justo y responsable, se refleja en la siguiente cita: “... sobre esos dos esfuerzos distintos, el del *espectador* para identificarse con los sentimientos de la persona principalmente afectada y el de ésta para atenuar sus emociones hasta el límite donde pueda acompañarla el *espectador*, se fundan dos conjuntos de virtudes diferentes. Sobre el primero se basan las virtudes de la condescendencia sincera y el *humanitarismo* indulgente; y del segundo brotan las virtudes eminentes, solemnes y respetables, las virtudes de la abnegación y la *continencia*, ese control de las pasiones que somete todos los movimientos de nuestra naturaleza a lo que requiere nuestra dignidad y honor, y exige la corrección de nuestra conducta”²⁵ (Smith, A.; R. B., 2004a, p. 73).

²⁴ “... what is it which prompts the generous, upon all occasions, and the mean upon many, to sacrifice their own interests to the greater interests of others? ... It is reason, principle, conscience, the inhabitant of the breast, the man within, the great judge and arbiter of our conduct. It is he who ... calls to us ... , that we are but one of the multitude, in no respect better than any other in it; and that when we prefer ourselves so shamefully and so blindly to others, we become the proper objects of resentment, abhorrence, and execration. It is from him only that we learn the real littleness of ourselves, and of whatever relates to ourselves, and the natural misrepresentations of self-love can be corrected only by the eye of this impartial spectator”. Smith, Adam (1759), *The theory of moral sentiments*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

²⁵ “... Upon these two different efforts, upon that of the spectator to enter into the sentiments of the person principally concerned, and upon that of the person principally concerned, to bring down his emotions to

¿Egoísmo individual o altruismo? Tal la interrogante que se nos presenta ante expresiones de Smith como las siguientes: “... el sentir mucho por los demás y poco por nosotros mismos, el restringir nuestros impulsos egoístas y fomentar los benevolentes, constituye la perfección de la naturaleza humana; sólo así puede producirse entre los seres humanos esa armonía de sentimientos y pasiones que resume todo su donaire y corrección. Así como amar al prójimo como a nosotros mismos es la gran ley de la Cristiandad, el gran precepto de la naturaleza es amarnos a nosotros mismos sólo como amamos a nuestro prójimo o, lo que es equivalente, como nuestro prójimo es capaz de amarnos”²⁶ (Smith, A.; R. B., 2004a, p. 74) . Nace así el encuentro con el otro, la *simpatía* –*sympathy*- fruto de la capacidad del *espectador u hombre interior* de ubicarse en el lugar del otro y comprenderlo: “...en toda pasión que el alma humana es susceptible de abrigar, las emociones del *espectador* siempre se corresponden con lo que, al colocarse en su mismo lugar, imagina que son los sentimientos que experimenta el protagonista. ... Lástima y compasión son palabras apropiadas para significar nuestra condolencia ante el sufrimiento ajeno. La *simpatía*, aunque su significado fue quizá originalmente el mismo, puede hoy utilizarse sin mucha equivocación para denotar

what the spectator can go along with, are founded two different sets of virtues. The soft, the gentle, the amiable virtues, the virtues of candid condescension and indulgent humanity, are founded upon the one: the great, the awful and respectable, the virtues of self-denial, of self-government, of that command of the passions which subjects all the movements of our nature to what our own dignity and honour, and the propriety of our own conduct require, take their origin from the other”. Smith, Adam (1759), The theory of moral sentiments; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

²⁶ “... And hence it is, that to feel much for others and little for ourselves, that to restrain our selfish, and to indulge our benevolent affections, constitutes the perfection of human nature; and can alone produce among mankind that harmony of sentiments and passions in which consists their whole grace and propriety. As to love our neighbour as we love ourselves is the great law of Christianity, so it is the great precept of nature to love ourselves only as we love our neighbour, or what comes to the same thing, as our neighbour is capable of loving us”. Smith, Adam (1759), The theory of moral sentiments; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

nuestra compañía en el sentimiento ante cualquier pasión”²⁷ (Smith, A.; R. B.. 2004a, p. 52).

La *simpatía*, ese sentimiento que el *espectador* experimenta por el otro, es en parte pasión y en parte razón y convivencia. Es un factor interior, pero se expresa. Es, por tanto, una buena aproximación a la *mano invisible*: “... la *simpatía*, en consecuencia, no emerge tanto de la observación de la pasión como de la circunstancia que la promueve. A veces sentimos hacia otro ser humano una pasión de la que él mismo es completamente incapaz ... La compasión del *espectador* debe provenir totalmente de la consideración de lo que él mismo sentiría si fuese reducido a la misma infeliz posición y al mismo tiempo pudiese, lo que quizá es imposible, ponderarla con la razón y el juicio que ahora posee”²⁸ (Smith, A.; R. B., 2004^a, p. 53). Será de esta mezcla ponderada de *simpatía*, atención por los demás y de amor propio, de la que emergerán las reglas morales “que hacen posible, como consecuencia no deseada, una sociedad ordenada” (Rodríguez Braun, 2004a, p. 11).

Guzmán Cuevas cita a Kenneth Boulding, quien “apoyándose en el enfoque smithsoniano de la simpatía, afirmaba hace más de treinta años que los seres humanos no somos totalmente insensibles y, por consiguiente, es posible calcular funciones de preferencia en los modelos económicos no solamente basándose en el máximo

²⁷ “... In every passion of which the mind of man is susceptible, the emotions of the by-stander always correspond to what, by bringing the case home to himself, he imagines should be the sentiments of the sufferer. ... Pity and compassion are words appropriated to signify our fellow-feeling with the sorrow of others. Sympathy, though its meaning was, perhaps, originally the same, may now, however, without much impropriety, be made use of to denote our fellow-feeling with any passion whatever”. Smith, Adam (1759), *The theory of moral sentiments*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

²⁸ “... Sympathy, therefore, does not arise so much from the view of the passion, as from that of the situation which excites it. We sometimes feel for another, a passion of which he himself seems to be altogether incapable ... The compassion of the spectator must arise altogether from the consideration of what he himself would feel if he was reduced to the same unhappy situation, and, what perhaps is impossible, was at the same time able to regard it with his present reason and judgment”. Smith, Adam (1759), *The theory of moral sentiments*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

beneficio, sino también en lo que él denomina «tasa de benevolencia» e incluso «tasa de malevolencia». Boulding define una hipotética «tasa de benevolencia» como «*la cantidad de cosas, medidas en dólares, que una persona estaría dispuesta a sacrificar por un incremento de un dólar en otros*»²⁹.

El amor propio, considerando por tal el cuidado de sí mismo, sin duda está presente en la antropología smithiana, porque “es indudable que por naturaleza cada persona debe primero y principalmente cuidar de sí misma, y como cada ser humano está preparado para cuidar de sí mejor que ninguna persona, es adecuado y correcto que así sea”. Surge entonces la oportunidad para la interpretación del egoísmo individual: “... cada individuo está mucho más profundamente interesado en lo que le preocupa de inmediato a él que en lo que inquieta a algún otro hombre”. Sin embargo, casi simultáneamente aparece la más esclarecedora sentencia: “... (pero) sucede que el ser humano, que sólo puede subsistir en sociedad, fue preparado por la naturaleza para el contexto al que estaba destinado. Todos los miembros de la sociedad humana necesitan de la asistencia de los demás ...”³⁰ (Smith, A.; R. B., 2004a, p. 177).

De esta forma, sin solución de continuidad, Smith ofrece sus leyes y componentes del mundo ideal al que aspira, no por ello desvinculándose de lo cotidiano. Construye así las que deberían ser las bases de la teoría economía moderna y, fundamentalmente, de la economía política, ostensiblemente alejadas del *laissez-faire* y reclamando la indispensable presencia de la *envolvente ética*: “... cuando la ayuda

²⁹ Fontela Montes, E. y Guzmán Cuevas, J., 2003, p. 41.

³⁰ “... Every man is, no doubt, by nature, first and principally recommended to his own care; and as he is fitter to take care of himself than of any other person, it is fit and right that it should be so. Every man, therefore, is much more deeply interested in whatever immediately concerns himself, than in what concerns any other man ... It is thus that man, who can subsist only in society, was fitted by nature to that situation for which he was made. All the members of human society stand in need of each others assistance ...”. Smith, Adam (1759), *The theory of moral sentiments*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

necesaria es mutuamente proporcionada por el amor, la gratitud, la amistad y la estima, la sociedad florece y es feliz. Todos sus integrantes están unidos por los gratos lazos del amor y el afecto, y son por así decirlo impulsados hacia un centro común de buenos oficios mutuos. ... Pero la sociedad nunca puede subsistir entre quienes están constantemente prestos a herir y dañar otros. ... La sociedad puede mantenerse sin beneficencia, aunque no en la situación más confortable; pero si prevalece la injusticia, su destrucción será completa”³¹ (Smith, A.; R. B., 2004a, p. 182).

En este mismo orden de ideas, Amartya Sen, después de lamentarse por el énfasis extremo de las publicaciones sobre economía moderna, donde “no es difícil no darse cuenta del abandono del análisis normativo profundo y de la ignorancia de la influencia de las consideraciones éticas en la caracterización del comportamiento humano real” (Sen, 1987, p. 25), aporta su opinión sobre las consecuencias de aferrarse en demasía a la “eficiencia económica” u optimalidad de Pareto: “ ... un estado social se describe como óptimo en el sentido de Pareto si y sólo si no se puede aumentar la utilidad de uno sin reducir la utilidad de otro. Este es un tipo de éxito muy limitado, y, en sí mismo, puede o no garantizar demasiado. Un estado puede ser un óptimo de Pareto con algunas personas en la más grande de las miserias y con otras en el mayor de los lujos, en tanto que no se pueda mejorar la situación de los pobres sin reducir el lujo de los ricos. La optimalidad de Pareto, como «el espíritu del César», «viene caliente del infierno»” (Sen, 1987, p. 49).

³¹ “... Where the necessary assistance is reciprocally afforded from love, from gratitude, from friendship, and esteem, the society flourishes and is happy. All the different members of it are bound together by the agreeable bonds of love and affection, and are, as it were, drawn to one common centre of mutual good offices. Society, however, cannot subsist among those who are at all times ready to hurt and injure one another. ... Society may subsist, though not in the most comfortable state, without beneficence; but the prevalence of injustice must utterly destroy it. ”. Smith, Adam (1759), *The theory of moral sentiments*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

El concepto paretiano de eficiencia meramente asignativa ha sido también criticado por Douglas C. North, de acuerdo con la cita que recogemos de Huerta de Soto³². Este último, tras reconocer en la *eficiencia adaptativa* de North puntos de contacto con la *eficiencia dinámica*: «la capacidad de la sociedad para adquirir conocimiento, aprender, inducir la innovación, fomentar la creatividad y la asunción de riesgos, y resolver cuellos de botella a lo largo del tiempo», encuentra en dicha visión una postura sustentada exclusivamente en la capacidad de las sociedades de *adaptarse* a los cambios y shocks externos, sin reconocer la fuerza endógena de la función empresarial como fuerza protagonista que impulsa todos los procesos de mercado. Smith, de acuerdo con nuestra interpretación, reconocerá esa virtud proactiva en todo *hombre interior*, capaz de generar, individual o asociativamente, la *envolvente ética*, dentro de la cual, sí y sólo sí, el mercado actúa eficientemente.

³² “El Premio Nobel de Economía Douglas C. North ha criticado el concepto paretiano de eficiencia meramente asignativa que utilizan con carácter predominante los economistas neoclásicos, ofreciendo como alternativa el concepto de eficiencia adaptativa que define como «la capacidad de la sociedad para adquirir conocimiento, aprender, inducir la innovación, fomentar la creatividad y la asunción de riesgos, y resolver cuellos de botella a lo largo del tiempo». Como se ve, North menciona en esta definición una serie de características que son plenamente coincidentes con las que ya se han analizado como propias del concepto de eficiencia dinámica: la adquisición de conocimiento, la creatividad, la innovación, etc. Además, y esto quizás sea lo más característico de North, este autor se fija especialmente en el marco institucional de normas que fomentan la creatividad y la capacidad de adaptarse de las diferentes sociedades, poniendo como modelos históricos de flexibilidad y capacidad de adaptación a las sociedades europea y norteamericana. Nuestra principal crítica a Douglas C. North es que no menciona expresamente la función empresarial como la fuerza protagonista que impulsa todos los procesos de mercado. Es decir, North se centra casi exclusivamente en analizar la capacidad de las sociedades en general para adaptarse a los cambios y shocks «externos» que les afectan y supuestamente siempre proceden de fuera y, precisamente por ello, propone utilizar el término de «eficiencia adaptativa». (Huerta de Soto, 2004, p 35)

**7. Las simientes de una Economía de Libre Mercado:
hacia una imprescindible presencia de la *Envolvente*
*Ética.***

Ludwig von Mises, cuyas bases filosóficas podríamos ubicar, a pesar de su agnosticismo-teológico-natural, en la metafísica y en la antropología de Santo Tomás de Aquino y los tomistas posteriores -según lo sostiene Zanotti (1990, p. 128)- afirma que la economía es una ciencia de carácter deductivo, a partir de las *categorías a priori* de la conducta humana. Esta última, según Santo Tomás, se sustenta en una estructura finalista, de acuerdo con un proceso de elección de medios a fines y en un ámbito caracterizado por el libre albedrío. Para Mises, la visión global de la *acción humana* quedaría definida en los siguientes términos: “... de la economía política elaborada por la escuela clásica emergía –se refiere entonces a la teoría subjetiva de Menger- la teoría general de la acción humana, la *praxeología*. Los problemas económicos o catalácticos quedaban enmarcados en una ciencia general, integración imposible ya de alterar”.

Su principal aporte será el método de investigación, la introspección, negando consecuentemente toda analogía o experimentación: “...la praxeología no es una ciencia histórica, sino teórica y sistemática. Su objeto es la *acción humana* como tal, con independencia de todas las circunstancias ambientales, accidentales e individuales de los actos concretos. Sus enseñanzas son de orden formal y general, ajenas al contenido material y a las condiciones peculiares del caso de que se trate. Sus afirmaciones y proposiciones no derivan del conocimiento experimental. El conocimiento praxeológico, como el lógico y el matemático, lo llevamos en nuestro interior, no nos

viene de afuera. El valor es algo intrínseco, no está en las cosas. Somos nosotros quienes lo llevamos dentro” (Mises, 1995, p. 120).

Este enfoque metodológico aporta la instrumentación más adecuada para la búsqueda, entre las raíces del pensamiento clásico liberal, de las simientes de una nueva concepción de la economía política, más consecuente con las ideas que Adam Smith expusiera en sus obras sobre los *Sentimientos Morales* y la *Riqueza de las Naciones*. En la primera, ya Smith comunicaba la antropología que 200 años después los austriacos y, en particular, Mises adoptaría, impulsando el análisis introspectivo como el más adecuado: “ ... lo que nos incita a la práctica de esas virtudes divinas no es el amor al prójimo, no es el amor a la humanidad. Lo que aparece en tales ocasiones es un amor más fuerte, un afecto más poderoso: el amor a lo honorable y noble, a la grandeza, la dignidad y eminencia de nuestras personalidades. Cuando la felicidad o la desdicha de otros dependen en algún sentido de nuestra conducta, *no preferimos el interés de uno al de muchos, como el amor propio podría sugerir. ... El hombre interior inmediatamente nos amonesta porque nos valoramos demasiado a nosotros mismos y demasiado poco a las demás personas*”³³ (Smith, A.; R. B., 2004a, p. 253).

At the end of the day -como lo expresarían los actuales habitantes de la tierra de Smith, al referirse a la conclusión última- no serán las leyes y reglamentos los que logren canalizar la conducta humana y establecer fronteras al *egoísmo individual*, sino

³³ “ ... *It is not the love of our neighbour, it is not the love of mankind, which upon many occasions prompts us to the practice of those divine virtues. It is a stronger love, a more powerful affection, which generally takes place upon such occasions; the love of what is honourable and noble, of the grandeur, and dignity, and superiority of our own characters. When the happiness or misery of others depends in any respect upon our conduct, we dare not, as self-love might suggest to us, prefer the interest of one to that of many. ... The man within immediately calls to us, that we value ourselves too much and other people too little ...*”. Smith, Adam (1759), *The theory of moral sentiments*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

lo que cada uno llevemos en nuestro interior, el *espectador imparcial*, el *hombre interior* y la *sympathy* que en todos nosotros habitan.

Las fuerzas motrices, los vectores que sostienen las fronteras, una vez más surgirán de las fuentes estoicas de Smith. La *continencia*, priorizada sobre las demás virtudes, estará acompañada por la prudencia, la justicia y la benevolencia: “ ... el comportarse conforme a los dictados de la prudencia, la justicia y la adecuada beneficencia no representa un mérito muy notable si no existe la tentación de no hacerlo. ... La *continencia* no sólo es una gran virtud en sí misma, sino que todas las demás virtudes parecen derivar de ella su mayor lustre. ... La preocupación por nuestra propia felicidad nos recomienda la virtud de la *prudencia*; la preocupación por la de los demás, las virtudes de la *justicia* y la *beneficencia*, que en un caso nos impide que perjudiquemos y en el otro nos impulsa a promover dicha felicidad”³⁴ (Smith, A.; R. B., 2004a, pp. 420 y 450).

En este marco praxeológico, desde la *cataláctica* misiana, Smith “no es un liberal dogmático, pero no cabe duda de que es un liberal. Este hecho se observa en la cautela con que recomienda cualquier intervención, en su reconocimiento de que la primera labor de las personas es cuidarse a sí mismas, y de que la espontaneidad de los mecanismos del mercado pueden resolver los problemas mejor que a través de la coacción” (Rodríguez Braun, 2004a, p. 34). Este aserto se complementa con el siguiente, de no menor valor: “Smith contempla una sociedad de personas interesadas

³⁴ “ ... To act according to the dictates of prudence, of justice, and proper beneficence, seems to have no great merit where there is no temptation to do otherwise. ... Self-command is not only itself a great virtue, but from it all the other virtues seem to derive their principal lustre.... Concern for our own happiness recommends to us the virtue of prudence: concern for that of other people, the virtues of justice and beneficence; of which, the one restrains us from hurting, the other prompts us to promote that happiness”. Smith, Adam (1759), *The theory of moral sentiments*; © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

en sí mismas, pero con valores morales” o, en nuestros términos, con una *envolvente ética* que se proyecte sobre todos sus integrantes, cualesquiera que fuere su rol.

El tránsito de lo individual a lo colectivo se hace tangible a través de la economía política, la cual no debería estar ajena a esta vocación interpretativa. Werhane nos recuerda que “Smith afirma repetidamente que la avaricia interfiere en la competencia, ... y la codicia es antitética al ideal de una economía política libre”, concluyendo que “aún cuando nos esforcemos por vivir mejor, las exigencias de la moralidad y el ideal de una economía política de libre intercambio requiere prudencia y parsimonia en nuestros deseos económicos” (Werhane, 1999, p. 403). Consecuentemente, define la que sería la más adecuada referencia a la economía política del modelo socio-económico de Smith: “... en la economía política funcional de Smith, la *ética* (como prudencia y justicia personal), la *economía* (el mejoramiento del bienestar económico de cada ciudadano) y la *política* (en la forma de protección de los derechos y justicia conmutativa por medio de leyes y guardianes del sistema) están interrelacionadas, son inseparables y necesarias para una *economía política justa* que funcione bien” (Werhane, 1999, p. 407).

Concepciones como las que hemos interpretado en este trabajo –recurriendo en muchos casos a la muy valiosa contribución de los escritos de especialistas- superan el nivel meramente académico, en tanto revisten trascendentes consecuencias prácticas. Desde los pioneros *planes económicos* de Timbergen, nos hemos acostumbrado a dar por implícito el componente ideológico que sostiene el andamiaje de “objetivos” e “instrumentos”. Sin embargo, de cierto que la construcción de la *función de bienestar social* que generalmente intentamos maximizar y las políticas asumidas para ello, quedarán condicionadas por la visión antropológica del responsable y, en especial, por

el modelo económico al que responde. Enfrentados, en la práctica, a la *minimización de la función de pérdida social*, con menos instrumentos que objetivos, con curvas de indiferencia social condicionadas por restricciones de política, buscando minimizar la suma de las desviaciones cuadráticas, la presencia de marcos conceptuales que contemplen y asuman como frontera a la *envolvente ética*, nos ayudarán en la elección de la alternativa más cercana a un equilibrio socio-económico sostenible.

Deberemos encontrar, en propuestas como las que formula la Escuela Austriaca, mecanismos que hagan prevalecer la eficiencia dinámica sobre la economía del bienestar, el equilibrio general walrasiano o el modelo de crecimiento neoclásico, evitando que “*la concepción estática de la economía reduzca el concepto de eficiencia económica a un mero problema técnico de maximización*, que en todo caso podría solucionarse con un simple ordenador al que se le introdujeran los datos que siempre se suponen conocidos en los modelos de eficiencia estática”³⁵.

Finalmente, en un lenguaje cercano al análisis econométrico hacia el cual la disciplina ha evolucionado, especialmente en las últimas décadas, intentemos sintetizar lo expuesto. Al respecto, en el proceso de su modelización, afirmamos que dado el marco de inevitable “colinealidad” que existirá en regresiones que incorporen a la *envolvente ética* conjuntamente con otras variables alcanzadas por el *principio económico*, como explicativas de un equilibrado desarrollo social y económico del *mundo ideal* de Smith, será de tal magnitud el dominio de la primera sobre las demás que, durante la eliminación progresiva a que nos deberíamos abocar –a los efectos de lograr valores más bajos en los criterios de Akaike y Schwarz, sin perder, excesivamente, niveles de explicación del modelo (reflejados parcialmente en el

³⁵ Huerta de Soto, 2004, p. 25.

coeficiente de determinación R^2)-, podremos discutir la propia permanencia de factores tales como el “capital físico”, el “capital humano” y la “tecnología”, entre otros, pero seguramente no podremos eliminar la *envolvente ética*, cuya referencia original deberemos buscarla en la *sympathy* y el *hombre interior* de la antropología y epistemología smithiana. Algo similar ocurrirá con la variable que incorpore la *eficiencia dinámica*, identificada con una *función empresarial* o *empresarialidad* no agotables³⁶.

Al respecto, respondiendo a las líneas de investigación que Huerta de Soto propusiera como senderos para transitar en la difusión de la *eficiencia dinámica*³⁷, al tiempo que implementando nuestra visión de la dependencia del Mercado respecto a la existencia de una *envolvente ética*, nos abocaremos a la elaboración de un trabajo sobre “*El valor económico de la ética: Sociedad, Empresa y Crecimiento en el espacio*”

³⁶ “*El proceso empresarial jamás se detiene ni agota. Aunque podría pensarse que el proceso social impulsado por la empresarialidad podría llegar a una situación de equilibrio, es decir, a detenerse o agotarse una vez que se descubrieran y aprovecharan por los empresarios todas las oportunidades de ganancia en las que se plasman los desajustes sociales (y, de hecho, tal «estado final de reposo» es el que, con carácter prioritario, se considera como único objeto de estudio que merece la pena investigar por parte de la mayoría de los miembros de nuestra profesión), no cabe considerar que el proceso empresarial de coordinación jamás se detenga o agote. Y es que el acto empresarial, a la vez que coordina, crea nueva información que a su vez modifica en el mercado la percepción general de fines y medios de los actores implicados, lo cual da lugar a la aparición de nuevos desajustes, que a su vez tienden a ser descubiertos y coordinados empresarialmente, y así sucesivamente a lo largo de un proceso que jamás se detiene de expansión sin límite del conocimiento y los recursos, apoyado sobre un volumen de población siempre creciente, y que tiende a ser tan coordinado como sea humanamente posible en cada circunstancia histórica «Big Bang social coordinado»*”. (Huerta de Soto, 2004, p. 29)

³⁷ “*La teoría económica del subdesarrollo es otro ámbito de aplicación de la teoría de la eficiencia dinámica que es muy importante. Aquí el objetivo clave de política económica consistiría en estudiar qué reformas pueden hacerse para eliminar trabas e impulsar la función empresarial de los países pobres. Y es que el empresario es, sin duda alguna, la figura protagonista en todo proceso de desarrollo económico, por lo que resulta al menos chocante, constatar cuántos miles y miles de páginas se han escrito inútilmente en el ámbito de la teoría económica del subdesarrollo, al ignorar completamente al protagonista de los procesos de crecimiento (el empresario) y ni siquiera mencionar el papel de la función empresarial en su doble faceta creativa y coordinadora. En este sentido los teóricos neoclásicos de la teoría del crecimiento y del subdesarrollo han de considerarse en gran medida responsables, por acción y omisión, de que muchas políticas económicas llevadas a cabo en los países subdesarrollados no hayan adoptado las medidas necesarias de protección, fomento e impulso de las clases empresariales, tanto autóctonas como las constituidas por aquellos extranjeros que deciden ejercer la función empresarial y apostar por aquellos países que son precisamente los que más lo necesitan, al encontrarse sus pobladores más próximos a un nivel de mera subsistencia económica*”. (Huerta de Soto, 2004, p. 62)

iberoamericano". En un esquema de *crecimiento endógeno*, intentaremos evaluar el enriquecimiento que las variables independientes tradicionales –el *Capital Físico* y el *Capital Humano*- obtienen de activos intangibles como la *Envolvente Ética* – representada parcialmente por el desarrollo del *Capital Social*-, la *responsabilidad social empresaria* y del grado de desarrollo de la *función empresarial*, a modo de verdadera representación de la *mano invisible* que Smith nos legara, impulsando un crecimiento que avance más allá de los estados estacionarios neoclásicos. Iniciativas como la comentada, entendemos que podrían aportar a una más positiva orientación de la economía política contemporánea. Ya no nos preocuparíamos casi exclusivamente por la formación profesional del individuo, sino que, a partir de un muy trascendente punto de inflexión, nos abocaríamos a la formación social y humana del *hombre interior*, al tiempo que a incentivar la generación de una imprescindible *empresarialidad*, que fortalezca la presencia de una adecuada *eficiencia dinámica* en la economía.

8. Conclusiones

"Yo soy yo y mi circunstancia, y si no la salvo a ella no me salvo yo. ... Es decir, buscar el sentido de lo que nos rodea."

Ortega y Gasset, José (1914)

La superación del YO y la transfiguración de la *mano invisible* en una *envolvente ética* que, imprescindiblemente, deberá proyectarse sobre todos los roles que integran la epistemología social, constituyen las principales propuestas que, de la relectura de las obras más representativas del legado de Adam Smith: *The theory of*

moral sentiments (1759) y *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (1776), hemos formulado. Evitar erróneas interpretaciones de un YO smithiano confundido con el *egoísmo individual* y un “capitalismo salvaje”, entendemos que aporta justicia sobre el verdadero mensaje del fundador de la Doctrina Económica Liberal. La fuerza y constancia del *hombre interior* que anida en todos nosotros, la *sympathy* que de él se desprende y el equilibrio socio-económico que propugnaba Smith, reflejan su constante preocupación por las circunstancias. CIRCUNSTANCIAS materializadas en lo cotidiano, en el Mercado y su entorno, en lo exterior, en lo generalmente alcanzable por el “principio económico”, condicionado por el marco legal, pero, desde un enfoque introspectivo, finalmente subsidiarias de la reacción social a que contribuimos, por acción u omisión, todo lo cual caracteriza a la propia ciencia económica.

En suma, los que tentamos avanzar al compás de la disciplina, incorporándonos al avance de las técnicas de base matemática y econométrica, haremos bien en releer cuidadosamente a los que la cimentaron, para así, en lo posible, evitar interpretaciones distorsionadas en el tiempo. De lo contrario, nos estaremos alejando del YO: del Hombre y la *envolvente ética*, mientras nos detenemos en el análisis de la CIRCUNSTANCIA: del Mercado y su funcionamiento. Nuestra ciencia se volverá más métrica, pero no más humana, ni más ECONOMÍA, al menos de aquella economía que los clásicos griegos intuyeron y que Adam Smith fundara, hace ya 250 años, bajo la regencia de su *mano invisible* y de la *Envolvente Ética*.

Referencias Bibliográficas

ARANZADI DEL CERRO, J. (2004): «Teoría de la Acción y Fundamentos de Economía», *Procesos de Mercado: Revista Europea de Economía Política*, vol. I, n.º 2, Otoño 2004, pp. 11 a 49.

DEL VIGO GUTIÉRREZ, A. (1999): «Ética y Mercados en la Escuela de Salamanca», en Universidad Pontificia de Salamanca, *Europa ¿mercado o comunidad?* Bibliotheca Salmanticensis Estudios 206, Publicaciones Univ. P. de Salamanca.

FONTELA MONTES, E. y GUZMÁN CUEVAS, J. (2003): *Economía ética y bienestar social*, (coordinadores), Ediciones Pirámide, Madrid.

HUERTA DE SOTO, J. (2004): «La Teoría de la Eficiencia Dinámica», *Procesos de Mercado: Revista Europea de Economía Política*, vol. I, n.º 1, Primavera 2004, pp. 11- 71.

MISES, L. v. (1949): *Human Action. A Treatise on Economics*, 1a. ed. 1949, Yale University Press, traducción española de J. Reig Albiol, Unión Editorial, Madrid, 1995.

ORTEGA Y GASSET, J. (1914): *Meditaciones del Quijote*; Editorial Biblioteca Nueva S.L., Madrid.

PÉES BOZ, E. S. (2003): *Un Puente Milenario - Evolución de la Economía en la Historia*, Editorial Melibea, Montevideo, Uruguay.

PÉES BOZ, E. S. (2004): *La empresarialidad, la dinámica ética y el empresario*, Congreso CCEAU, Uruguay.

RODRÍGUEZ BRAUN, C. (2004a): Traducción española y estudio preliminar de Smith, Adam (1759), *The theory of moral sentiments*, Alianza Editorial S.A., Madrid.

RODRÍGUEZ BRAUN, C. (2004b): Traducción española y estudio preliminar de Smith, Adam (1776), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Alianza Editorial S.A., Madrid.

RUBIO DE URQUÍA, R. (2004a), *Curso de Teoría Económica Avanzada*; Universidad Católica Argentina - Programa de Doctorado en Economía, Buenos Aires, Julio 2004.

RUBIO DE URQUÍA, R. (2004b): “*Estructura fundamental de la explicación de procesos de autoorganización mediante modelos teórico-económicos*”, Mimeo, Programa de Doctorado en Economía, Buenos Aires, Julio 2004.

SEN, A. (1987), *On Ethics and Economics*, Ed. Basil Blackwell, Oxford, Inglaterra, traducción española de Ángeles Conde, *Sobre ética y economía*; Alianza Editorial S.A., Madrid, 1989.

SMITH, A. (1759): *The theory of moral sentiments*, traducción española de Rodríguez Braun, C., *La teoría de los sentimientos morales*, Alianza Editorial S.A., Madrid, 2004.

SMITH, A. (1759): *The theory of moral sentiments*, © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

SMITH, A. (1776): *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, traducción española de Rodríguez Braun, C., *La riqueza de las naciones*, (Libros I-II-III y selección de los Libros IV y V), Alianza Editorial S.A., Madrid, 2004.

SMITH, Adam (1776): *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, © ADAM SMITH INSTITUTE 2001.

WERHANE, P. (1999): en Frederick, R. E.: «*A companion to Business Ethics*», Blackwell Publishers Ltd., traducción española *La ética en los negocios*, Oxford University Press México, S.A., México, 2001.

ZANOTTI, G. (1990): *Fundamentos filosóficos y epistemológicos de la praxeología*, Tesis Doctoral, UCA, Buenos Aires, Argentina.

Universidad de Sevilla, 12 de Octubre de 2005.

Anexo XII
RSE
Sensibilización
Propuesta de Cursos y Seminarios

OBJETIVOS GENERALES

Aportar un balance adecuado de formación, información y ejercitación sobre la ética en las organizaciones, desde una visión holística y sistémica de la sociedad, la economía y la empresa, que impulse el perfeccionamiento de un gradual y sostenido compromiso ético-comportamental, en un marco teórico de libre empresa y equilibrio social.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

METODOLOGIA

Disponibilidad de material de apoyo, en forma previa a cada clase, sugiriéndose su consulta durante la exposición del docente.

Lecturas comentadas de textos integrados a la bibliografía aportada.

Exposición audio-visual del docente, de acuerdo con la estructura del programa.

Ejercicios domiciliarios y discusión general (opcional), con la participación de todos los cursantes y bajo la coordinación del docente.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Sociedad, Economía y Empresa



"...nuestra civilización depende, tanto en sus orígenes como en su mantenimiento, de la existencia de lo que sólo con relativa precisión puede describirse como un amplio orden de cooperación humana, ... (el mercado). ... Vivimos en una sociedad civilizada porque hemos llegado a asumir, de forma no deliberada, determinados hábitos heredados de carácter fundamentalmente moral ..."⁽¹⁾.

(1) Hayek, Friedrich v., *The Fatal Conceit: The Errors of Socialism*. Routledge, Londres 1988. Trad. esp. L. Reig Abiol, Unión Editorial, Madrid, 1990; Introducción, P. 33.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

"...el mercado no es, desde luego, una solución ideal, ... El problema, por tanto, es el de la comparación de las alternativas posibles. Parece improbable que el control de la actividad económica por la burocracia, que estaría obligada a desarrollarse en un sistema regulado socialmente, dirigido centralmente, o guiado por acuerdos obtenidos por las asociaciones industriales, sería más justo que el control ejercido por medio de los precios, suponiendo siempre que exista el marco adecuado"⁽¹⁾.

(1) Rawls, John. - Pées Boz, Enrique S., *Un Puente Milenario: Evolución de la Economía en la Historia*; Editorial Melibea, Montevideo, Uruguay, Agosto 2003. Epílogo, P. 380.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

En una Economía de Mercado ...

QUÉ PRODUCIR ?

- ALIMENTOS
- VESTIMENTA
-



CÓMO PRODUCIR ?

- TECNOLOGIA
- INVERSION
-



MERCADO DE FACTORES DE PRODUCCION
... ..

Enrique S. Pées Boz

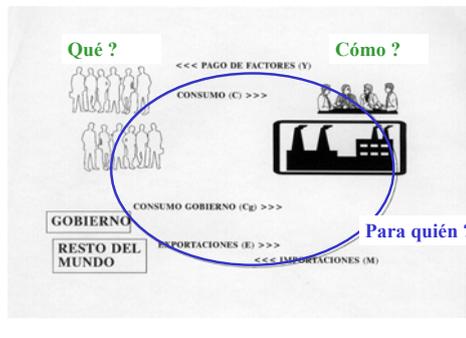
RSE - Ética en las Organizaciones

En la búsqueda de una COMPETITIVIDAD SUSTENTABLE...



Adaptado de J.A. Weber

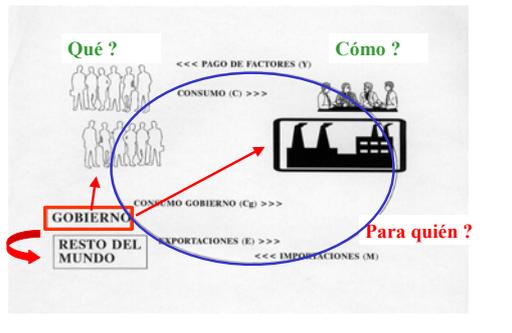
MERCADO LIBRE ...



Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

MERCADO LIBRE O INTERVENCIÓN ...



Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones



PROCESOS DE LA EMPRESA:

- PROCESO DE INNOVACION:**
 - DISEÑO DEL PRODUCTO
 - DESARROLLO DEL PRODUCTO
- PROCESOS OPERATIVOS:**
 - FABRICACION
 - MARKETING
 - SERVICIO POSTVENTA

KAPLAN A. NORTON - LA PERSPECTIVA DEL PROCESO INTERNO: LA CADENA DE VALOR

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Identificación de Capacidades ...



Adaptado de Robert M. Tomasko

DIAGNOSTICO: EL ENTORNO

OPORTUNIDADES/AMENAZAS

1. PODER NEGOCIADOR DE LOS CLIENTES
2. PODER NEGOCIADOR DE LOS PROVEEDORES
3. BARRERAS DE ENTRADA AL SECTOR
4. PRODUCTOS SUSTITUTIVOS
5. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

LAS '5 FUERZAS' DE MICHAEL PORTER

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

“... sobrevalorar drásticamente la importancia de la formación del capital físico y de otros indicadores de la actividad económica, al tiempo que subestimar la decisiva relevancia de la creatividad empresarial”⁽¹⁾.

(1) Cálder, George - Pées Boz, Enrique S.: Un Puente Milenario: Evolución de la Economía en la Historia; Editorial Melbes, Montevideo, Uruguay, Agosto 2003, Cap. II, P. 65.

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

“... en tiempos pasados, cuando las empresas eran principalmente propiedad de los que las dirigían, o de los amigos y asociados de éstos, la inversión dependía de que hubiera una cantidad suficiente de individuos dotados de temperamentos optimistas e impulsos constructivos que se dedicaban a los negocios como una forma de vida, sin confiar realmente en un cálculo preciso del beneficio esperado...”⁽¹⁾.

(1) Keynes, John M. The General Theory of Employment, Interest and Money, 1936, Macmillan, Londres, reimp. 1967, Cap.12 - III, P. 149.

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

Tendencia de las Estrategias Operacionales ...

Y DEL CONTROL DE LA GESTIÓN ... SE9

“... ¿Cuál es el objetivo que persigue la empresa, maximizar el beneficio o estar al servicio de la sociedad? ”⁽¹⁾. (Milton Friedman y la teoría de la agencia): “... el directivo va a rendir cuentas a aquellos que le han contratado, los dueños del negocio; intentará satisfacer sus exigencias, centrándose en ganar lo máximo posible, es decir, maximizar el beneficio ... dentro de los límites impuestos por la ley y la costumbre ética ... Si los deseos de los dueños o accionistas van en contra de los principios morales y éticos del directivo, éste debería dimitir, o incluso debería haberse planteado la posibilidad de no haber comenzado a trabajar en esa empresa ...”.

(1) Vaquero Lafuente, Ma. Esther Maximización del beneficio y acción social de la empresa Universidad Pontificia de Salamanca Europa ¿unificado o dividido? Biblioteca Salmanticensis Estudios 206 Publicaciones Univ. Pont. Salamanca, 1999 - P. 293.

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

“... (El concepto de empresa)... no es fundamentalmente un conjunto de activos físicos que, por su singularidad y abundancia, permiten una buena tasa de acumulación de dinero durante un periodo más o menos largo de tiempo, sino un conjunto de capacidades humanas que pueden desarrollar nuevos modos de satisfacer necesidades”. Más aún, “... la acción de la empresa deja de estar cerrada sobre sí misma, ...Es entonces necesario preguntarse por el sentido de lo que se está haciendo, por las repercusiones que esa actividad tiene para el resto de la sociedad ... (su) actividad no se realiza en un vacío institucional, sino que se apoya en una cultura, en un modo heredado de entender qué es la realidad ... (En suma) la empresa destinada a prestar un servicio a las personas que en ella trabajan y al resto de la sociedad”⁽¹⁾.

(1) Martínez-Echevarría, M. A. Hacia una nueva teoría de la empresa: Cuadernos Empresa y Humanismo; Un. De Navarra; Nov. 2003, P. 73.

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

UNA EPISTEMOLOGÍA DE GESTIÓN PARTICIPATIVA ...

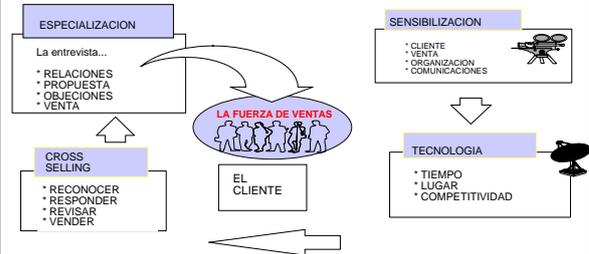
Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

“... los beneficios no son el único índice de las condiciones de la empresa. Es posible que los balances económicos sean correctos y que al mismo tiempo los hombres, que constituyen el patrimonio más valioso de la empresa, sean humillados y ofendidos en su dignidad. Además de ser moralmente inadmisibles, esto no puede menos de tener reflejos negativos para el futuro, hasta para la eficiencia económica de la empresa. En efecto, la finalidad de la empresa no es simplemente la producción de beneficios, sino más bien la existencia misma de la empresa como comunidad de hombres que, de diversas maneras, buscan la satisfacción de sus necesidades fundamentales y constituyen un grupo particular al servicio de la sociedad entera. Los beneficios son un elemento regulador de la vida de la empresa, pero no el único; junto con ellos hay que considerar otros factores humanos y morales que, a largo plazo, son por lo menos igualmente esenciales para la vida de la empresa”⁽¹⁾.

(1) Juan Pablo II, Sobre la cuestión social, Carta Encíclica del Sumo Pontífice, 1º de mayo 1991; Catholic.net, Cap. 12, IV -La prop. privada y el destino universal de los bienes, 35.

FUERZA DE VENTAS

De la "SENSIBILIZACION" a la "ESPECIALIZACION"



“... George Soros, “... quien previene que demasiada competición y demasiada poca cooperación pueden causar inequidades intolerables e inestabilidad...”;

... ..

... mientras que Henry Mintzberg indica en la Harvard Business Review que “... la mayor efectividad gerencial se encuentra hoy en estructuras más misioneras, igualitarias y energizadas ...”, concluyendo que “... el desarrollo de la cultura y un compromiso colectivo con valores de progreso, desarrollo humano y equidad se hallan en la base de los logros de los países exitosos...”⁽¹⁾.

(1) Kilsberg, Bernardo; Hacia una economía con rostro humano; Fondo de Cultura Económica, 2da. Ed., Argentina, 2002. - P. 101.

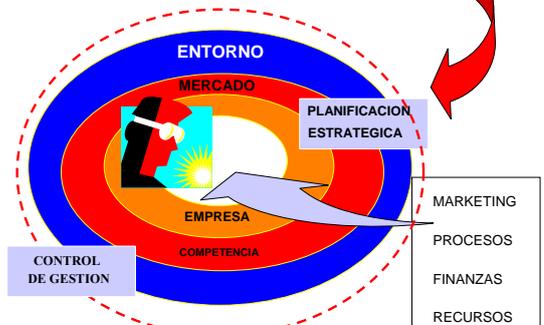
PLANIFICACION ESTRATEGICA

PROCESO

Paso a paso ...

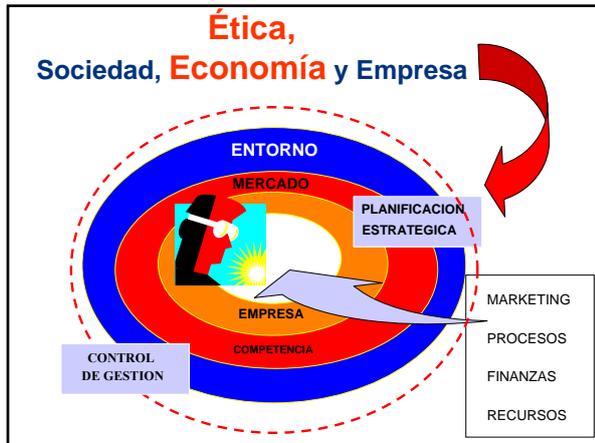


Ética, Sociedad, Economía y Empresa



“... un plan estrat-ético –concebido por el autor como un enfoque que integre por completo lo comercial con lo social y lo empresarial con lo moral- comienza con un reconocimiento fundamental de la interdependencia. La compañía no puede funcionar sin la infraestructura y las costumbres de la sociedad en que opera, sin el conocimiento, la participación y la creatividad de sus empleados y sin las contribuciones de los proveedores, las asociaciones y los competidores...”⁽¹⁾.

(1) Dalla Costa, John, The Ethical Imperative: Why Moral Leadership is Good Business, 1998; Tr. Esp. M.A. Calmerini El Imperativo ético; Ed. Paidós, Barcelona, 1999 - P. 147.



LA ÉTICA EN LA ECONOMÍA Y LA EMPRESA⁽¹⁾

Los diversos enfoques:

- PESIMISTA:** la ética como un mal menor. Sólo aparece en el discurso económico cuando surgen conflictos y en contextos negativos (corrupción, competencia desleal, discriminación laboral, acoso sexual).
- OPORTUNISTA:** Si la empresa es capaz de transmitir una cierta sintonía con los valores dominantes en su entorno, su aceptación social se verá incrementada y la relación de simpatía con los potenciales clientes favorecerá la expansión del negocio.
- CONFORMISTA:** Consideran la ética como algo deseable y beneficioso, pero piensan que la adopción unilateral de un comportamiento absolutamente honrado e incorruptible es algo utópico.
- CÍNICO:** La ética es considerada, desde esta perspectiva, como un simple sistema de control interno (sobre los empleados, etc.) y de presión externa (sobre los competidores).
- CORE BUSINESS:** Sólo las empresas y organizaciones que reconocen a la ética como un elemento de su core business están en condiciones de asumirla no como un lastre o un freno, sino como un motor de progreso.

(1) Aguilár, J. en Fernández Aguado, Javier (coord) et al. (2001), *La ética en los negocios*, Editorial Abril S.A., Barcelona, Pp. 83-125.

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

TEORIA ECONÓMICA ...

➤ La “**empresarialidad**” (“*entrepreneurship*”) ...

- Presente en cada persona, independientemente de su rol circunstancial ...
- “... La capacidad de detectar (la *alertness* de Israel M. Kirzner) lo que habría que hacer para satisfacer los objetivos que se presentan, sus deseos y necesidades ...”
- ... en el marco del “análisis del proceso de mercado” que los austriacos oponen a los modelos neoclásicos de equilibrio y competencia perfecta ...

Teoría Económica Avanzada – Prof. Rafael Rubio de Urquía

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

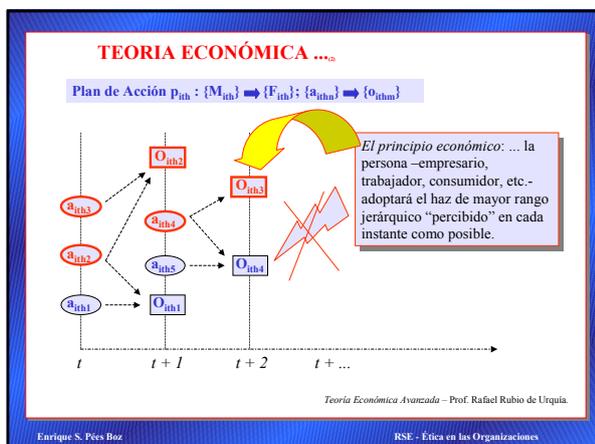
TEORIA ECONÓMICA ...

OBJETO DE LA TEORÍA ECONOMICA MODERNA:

- ✓ ... investigar cómo las personas en sociedad adecuan medios a fines a partir de caracterizaciones analíticas de persona, sociedad, conjuntos de medios, conjuntos de fines y otros elementos relativos al medio de operación de las personas;
- ✓ ... **la adecuación proyectiva de medios a fines.**

Teoría Económica Avanzada – Prof. Rafael Rubio de Urquía

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

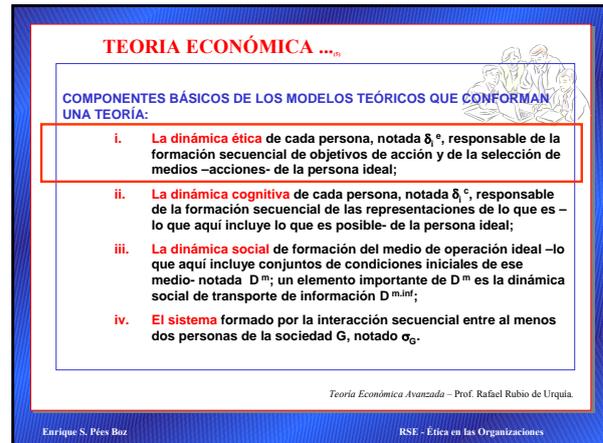
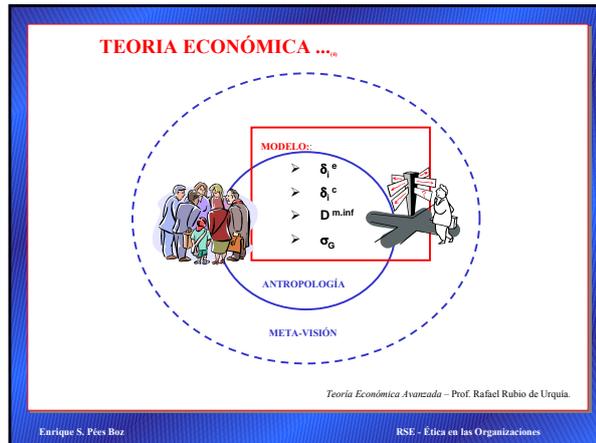


TEORIA ECONÓMICA ...

“... la explicación de los procesos de asignación de recursos y la lógica de la elección, no debe principalmente buscarse en la operación del principio económico, sino que debe buscarse en la naturaleza específica del mundo ideal asumido, en especial mediante el análisis de las dinámicas ética, cognitiva y de transporte de la información”.

Teoría Económica Avanzada – Prof. Rafael Rubio de Urquía

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones



- HISTORIA Y ECONOMIA**
- **LOS HISTORIADORES DE LA ANTIGÜEDAD: HERODOTO, TUCIDIDES, POLIBIO, TITO LIVIO Y TACITO – LA ECONOMIA CASI AUSENTE.**
 - **UNA VISION CICLICA: CIVILIZACIONES QUE SURGEN, RESPLANDECEN Y CAEN.**
 - **EDAD MEDIA Y CRISTIANISMO: EL PROGRESO ESPIRITUAL.**
 - **IBN KHALDOUN (1332-1406): ASPECTOS SOCIO-ECONOMICOS Y CONCEPCION METODICA DE LA HISTORIA.**
- Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

- **... Aristóteles: Ética y Economía ...⁽¹⁾**
- La filosofía práctica se componía de tres áreas:
 1. **La política**, que debía dedicarse a la ordenación de las condiciones de posibilidades para el desarrollo de una vida honorable;
 2. **La ética**, ciencia precisa para alcanzar el *areté* (la virtud, la perfección);
 3. **La economía**: estudio y modos de llevar a cabo la subsistencia económica del *oikos* (el hogar).
- (1) Fernández Aguado, Javier (coord) et al. (2001), *La ética en los negocios*, Editorial Abril S.A., Barcelona. P. 15.
- Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

- **... la Escuela de Salamanca (1526) ...**
- **“... se desarrolló una profunda y extensa Ética de los negocios ... Entre los temas que tratan, entre otros, se encuentran los siguientes: la propiedad privada, licitud de las ganancias comerciales, cumplimiento de los contratos, fraudes, restitución, precio justo, condiciones de intercambio comercial, monopolios, justicia en los salarios, deberes de los asalariados, cumplimiento de las leyes, procedimientos de cambio, ... usura y préstamos con interés, tributación y gastos públicos, ...”⁽¹⁾**
- (1) Melé, Domènec. *La moral de los negocios en la escuela de Salamanca: ¿qué puede aportar la empresa actual? Universidad Pont. de Salamanca Europa ¿mercado o comunidad? Biblioteca Salamanicensis Estudios 206 Publicaciones Univ.P.Salaman., 1999 – P.110.*
- Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

- HISTORIA EN ECONOMIA POLITICA:**
- ESTUDIO SISTEMICO DE NO MAS DE TRES SIGLOS
 - PRIMERO LOS HECHOS, LUEGO LA TEORIA Y ACTUALMENTE LAS MATEMATICAS.
 - **TURGOT Y ADAM SMITH (1723-1790) : LOS HECHOS**
 - **RICARDO (1772-1823) : EL ENFOQUE HIPOTETICO-DEDUCTIVO**
 - **KARL MARX (1818-1883) : EL MATERIALISMO HISTORICO**
 - **LAS ESCUELAS NEOCLASICAS: EL RETORNO A LA TEORIA.**
 - **HISTORICISTAS, INSTITUCIONALISTAS Y LA NUEVA HISTORIA ECONOMICA.**
- Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

❑ HISTORIA EN ECONOMIA POLITICA:

- ❑ ESTUDIO SISTEMICO DE NO MAS DE TRES SIGLOS
- ❑ PRIMERO LOS HECHOS, LUEGO LA TEORIA Y ACTUALMENTE LAS MATEMATICAS.
- ❑ TURGOT Y **ADAM SMITH (1723-1790)**: LOS HECHOS
- ❑ RICARDO (1772-1823) : EL ENFOQUE HIPOTETICO-DEDUCTIVO
- ❑ KARL MARX (1818-1883) : EL MATERIALISMO HISTORICO
- ❑ LAS ESCUELAS NEOCLASICAS: EL RETORNO A LA TEORIA.
- ❑ HISTORICISTAS, INSTITUCIONALISTAS Y LA NUEVA HISTORIA ECONOMICA.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

UNA OPORTUNA ADVERTENCIA ...»

“... La sabiduría popular asocia a Smith con la más célebre metáfora económica, según la cual el mercado libre actúa como una «*mano invisible*» que maximiza el bienestar general. Esto es sólo una visión parcial de sus teorías ...

... Pero la distorsión más grave es creer que Smith fue el profeta del capitalismo «salvaje», entendiendo por tal cosa un contexto económico meramente asignativo, un *mercado sin justicia ni valores éticos*, y sólo orientado por el egoísmo”.

Rodríguez Braun, Carlos (2004a), V. Esp. y estudio preliminar de Smith, Adam (1759), *The theory of moral sentiments*, Alianza Editorial S.A., Madrid, pp. 7 y 8.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

CONFUNDIENDO A SMITH CON SPENCER ...»

“... Por lo general se señala a Herbert Spencer, el gran liberal radical, sociólogo y filósofo político británico del siglo XIX, como el padre y fundador del *darwinismo social*. Spencer ..., él, y no Darwin, acuñó la frase *supervivencia de los más aptos*. ... Spencer es un pensador sistémico que concibe que el universo, en toda su diversidad, está construido a partir de una serie de principios, en su caso los principios de la evolución. (...) Spencer concluye que la mejor sociedad es una *economía política de empresa privada tipo laissez-faire*, casi sin gobierno, salvo para protegernos de dañar deliberadamente a los demás o inmiscuirnos en su vida. ... *Smith no es un economista laissez-faire*”.

Werhane, Patricia H. en Frederick, Robert E. (1999), «*A companion to Business Ethics*», Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. *La ética en los negocios* (2001), Oxford University Press México, S.A., México, pp. 393, 396 y 400.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

SMITH: EL ESPECTADOR Y LA SIMPATÍA ...»

“... La base de su teoría es la *simpatía* y el *amor propio*. Dentro de cada persona hay un «*espectador imparcial*» que juzga la medida en que las acciones son beneficiosas para el individuo o para su entorno.

... Que las personas estén interesadas más en sí mismas no quiere decir que no les importe lo que suceda con los demás.

... De esa mezcla ponderada entre *simpatía* y atención por los demás y de amor propio emergen reglas morales que hacen posible, como consecuencia no deseada, una sociedad ordenada”.

Rodríguez Braun, C. (2004), V. Esp. y estudio preliminar de Smith, Adam (1776), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*; Alianza Editorial S.A., Madrid, pp. 11 – 12.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

SMITH Y UNA ENVOLVENTE ÉTICA LIBERAL...»

“... Smith no es un liberal dogmático, pero no cabe duda de que es un liberal. Este hecho se observa en la cautela con que recomienda cualquier intervención, ... en su reconocimiento de que la primera labor de las personas es cuidarse a sí mismas, y de que la espontaneidad de los mecanismos del mercado pueden resolver los problemas mejor que a través de la coacción.

... (Pero) otra forma de ver su liberalismo es que sólo concibe la competencia en un marco de reglas.

... Smith contempla *una sociedad de personas interesadas en sí mismas, pero con valores morales*”.

Rodríguez Braun, Carlos (2004), V. Esp. y estudio preliminar de Smith, Adam (1759), *The theory of moral sentiments*, Alianza Editorial S.A., Madrid, p. 34.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Y UNA VEZ MÁS, EL AUTOCONTROL ...»

“... Smith afirma repetidamente que *la avaricia interfiere en la competencia*, acumular capital aminora el ritmo del crecimiento económico, y *la codicia es antitética al ideal de una economía política libre*, como Smith la imagina. ... De esta manera, aun cuando nos esforcemos por “vivir mejor”, las exigencias de la moralidad y el ideal de una economía política de libre intercambio requieren prudencia y parsimonia en nuestros deseos económicos”.

Werhane, Patricia H. en Frederick, Robert E. (1999), «*A companion to Business Ethics*», Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. *La ética en los negocios* (2001), Oxford University Press México, S.A., México, p. 403.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

LA ECONOMÍA POLÍTICA EN SMITH ...

“... Una economía política viable no puede existir mucho tiempo sin justicia ni prosperar sin desarrollo económico en la forma de libre comercio. Así, en la economía política funcional de Smith, la **ética** (como prudencia y justicia personal), la **economía** (el mejoramiento del bienestar económico de cada ciudadano) y la **política** (en la forma de protección de los derechos y justicia conmutativa por medio de leyes y guardianes del sistema) están interrelacionadas, son inseparables y necesarias para una **economía política justa** que funcione bien”.

Werhane, Patricia H. en Frederick, Robert E. (1999), «A companion to Business Ethics», Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. *La ética en los negocios* (2001), Oxford University Press México, S.A., México, p. 407.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

LA TEORÍA NORMATIVA: FORMULACIÓN DE POLÍTICAS ECONÓMICAS ÓPTIMAS ...

JAN TIMBERGEN



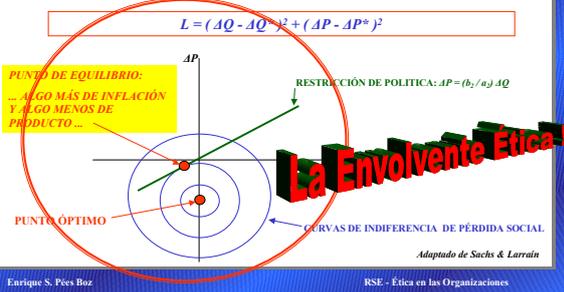
Adaptado de Sachs & Larraín

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

MINIMIZANDO LA FUNCIÓN DE PÉRDIDA SOCIAL ...

- CON MENOS INSTRUMENTOS QUE OBJETIVOS ...
- ... MINIMIZAR LA SUMA DE LAS DESVIACIONES CUADRÁTICAS DE CADA OBJETIVO:



Adaptado de Sachs & Larraín

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

➤ La propuesta de Mises ...

➤ “... *“La teoría económica no trata sobre cosas y objetos materiales; trata sobre los hombres, sus apreciaciones y, consecuentemente, sobre las acciones humanas que de aquéllas se derivan. Los bienes, mercancías, las riquezas y todas las demás nociones de la conducta, no son elementos de la naturaleza, sino elementos de la mente y de la conducta humana. Quien desee entrar en este segundo universo debe olvidarse del mundo exterior, centrando su atención en lo que significan las acciones que persiguen los hombres”*

(La acción humana: Tratado de economía, 6ª edición española, págs 111-112 Unión Editorial, Madrid)

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

➤ La “empresarialidad” (entrepreneurship) ...

- Presente en cada persona, independientemente de su rol circunstancial;
- “... *La capacidad de detectar (la alertness de Israel M. Kirzner) lo que habría que hacer para satisfacer los objetivos que se presentan, sus deseos y necesidades ...*
- ... en el marco del “análisis del proceso de mercado” que los austriacos oponen a los modelos neoclásicos de equilibrio y competencia perfecta

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

➤ La “empresarialidad” y el EMPRESARIO ...

➤ “... *la economía, al hablar de los empresarios no se refiere a personas sino a una determinada función. Esta función no es patrimonio exclusivo de una clase o grupo; se halla presente en toda acción y acompaña a todo actor. Al incorporar esa función imaginaria, empleamos un recurso metodológico. El término empresario, tal como lo emplea la teoría cataláctica significa: individuo actuante contemplado exclusivamente a la luz de la incertidumbre inherente a toda actividad ...*”(1)

(1) Mises, Ludwig v., *Human Action. A Treatise on Economics* 1a. ed. 1949 Yale University Press; Trad. esp. J. Reig Abiol, Unión Editorial, Madrid, 1995, 4ta.P., C. XIV, P. 307.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

➤ **Aprendizaje, evolución y destino: Mercado? ...**

➤ *“... en muchos si no en la mayoría de los casos, consiguieron triunfar aquellos grupos que se mantuvieron fieles a un ciego hábito o aprendieron a través de la enseñanza religiosa máximas como las que afirman que **la honradez es la mejor política**, desplazando así a otros grupos ... Durante mucho tiempo he dudado si debería incluir aquí esta nota personal, pero al fin me decidí a hacerlo considerando que el apoyo de un agnóstico declarado puede ayudar a otras personas ”⁽¹⁾*

(1) Hayek, Friedrich v., *The Fatal Conceit: The Errors of Socialism*. Routledge, Londres 1988; Trad. esp. L. Reig Albiol, Unión Editorial, Madrid, 1990. Cap. IX, P. 216.

➤ **LA “DINAMICA ETICA” ...**

➤ *“... lo ético es lo que va dando sentido y estructuración jerárquica a la acción personal y a la dinámica histórica. El contenido ético (o, más rigurosamente la **dinámica ética**) de los ensamblajes personales y sociales de creencias, valores, etc., constituye el factor de producción más fundamental;*

➤ *...no es algo estático, sino algo dinámico, que existe significativamente sólo **como proceso permanentemente actualizado** ...”⁽¹⁾*

(1) Rubio de Urquía, Rafael, *Ética, Eficiencia y Mercado: Ética, Mercado y Neg.*: EUNSA, Pamplona, 1994 - P. 53, 60 y 61.

➤ **LA “RESPONSABILIDAD SOCIAL” ...**

➤ *“... En los países desarrollados... no se discute la **imprescindibilidad de una política social orgánica**. La atención está concentrada en cómo concertar esfuerzos entre sector público, **empresas, sindicatos, universidades, Iglesias, organizaciones no gubernamentales y otros actores sociales para llevarlas adelante, y en cómo gerenciar mejor los programas...**”⁽¹⁾*

(1) Kikisberg, Bernardo *Hacia una economía con rostro humano*; Fondo de Cultura Económica, 2da. Ed., Argentina, 2002, P.91 y 161.

➤ **El marco antropológico ...⁽¹⁾**

“... caracterizado por la **autoorganización**, donde consideraremos la epistemología de una sociedad compuesta de **personas con capacidad equilibrada** ... que proyectan y despliegan su acción en diversos instantes, interactuando entre sí y con su medio, de acuerdo con su propia **dinámica ética**, cognitiva, transporte de información y potencial de interacción social, todo ello de acuerdo a procesos evolutivos de cambios estructurales endógenamente provocados, capaces de producir **novedades** en forma sistemática ...”⁽¹⁾.

(1) Pées Boz, Enrique S.; *Teoría económica y empresa: La empresarialidad, la dinámica ética y el empresario*; P. 22.

➤ **El marco antropológico ...⁽¹⁾**

“... Consecuentemente, al focalizar el potencial del **empresario y su dinámica ética** en la generación de una sociedad mejor posible, **no desconoceremos a los demás** agentes, sino que, por el contrario, relativizaremos a ellos y a su propia **dinámica ética** los resultados de la evolución epistemológica del **mundo ideal** a que aspiramos ...”⁽¹⁾.

(1) Pées Boz, Enrique S.; *Teoría económica y empresa: La empresarialidad, la dinámica ética y el empresario*; P. 22.

➤ **En la búsqueda de una respuesta ...⁽¹⁾**

“... una **re-construcción o salto antropológico** que supere a las propuestas que ofrece la **teoría económica moderna**, provendrá de la **incorporación epistemológica de una dinámica ética generalizada**, al contexto de una **dinámica social ya enriquecida por la revolución informática y la globalización en curso**. ...”⁽¹⁾.

(1) Pées Boz, Enrique S.; *Teoría económica y empresa: La empresarialidad, la dinámica ética y el empresario*; P. 22.

➤ **En la búsqueda de una respuesta ...⁽¹⁾**

➤ **“... la discusión sobre los medios tiende a eliminar y sustituir la que debería llevarse a cabo sobre los fines. Esta última es el terreno de la ética. Corresponde volver a plantearse: ¿dónde vamos?, ¿qué tipo de sociedad queremos?, ¿qué valores son irrenunciables? ...”⁽¹⁾.**

(1) Kikisberg, Bernardo Hacia una economía con rostro humano. Fondo de Cultura Económica, 2da. Ed., Argentina, 2002, P. 178.

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

➤ **En la búsqueda de una respuesta ...⁽¹⁾**

➤ **“... una ética de primera persona, es decir, una ética centrada en el sujeto agente, que es quien ha de formular juicios morales para tomar decisiones y actuar... En la empresa, quienes toman decisiones son personas, y cada persona tiene su conciencia. Es claro que estas decisiones están condicionadas por objetivos, políticas, procedimientos y sistemas superiores, pero estos condicionamientos raramente eliminan totalmente la responsabilidad ... cada uno tiene cierto poder y la consiguiente responsabilidad que exige valorar la moralidad de la acción ...”⁽¹⁾.**

(1) Melé, Doménec La moral de los negocios en la escuela de Salamanca: ¿qué puede aportar la empresa actual?; Universidad Pont. de Salamanca Europa ¿mercado o comunidad? Biblioteca Salmanticensis. Estudios 208 Publicaciones Univ.P.Salaman. 1999 - P.117.

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

➤ **En la búsqueda de una respuesta ...⁽¹⁾**

➤ **“... no concierne en exclusividad a la derecha o a la izquierda ... la ética representa una continuidad compartida a través de un amplio espectro de posiciones sociales, económicas, religiosas y de gestión empresarial. No se trata de que todo el mundo comparta en todas partes la misma definición de lo correcto y lo incorrecto, sino de que todo el mundo y en todas partes discerna la distinción ... la tendencia a actuar correctamente es una dimensión poderosa y decisiva de la naturaleza humana ...”⁽¹⁾.**

(1) Dalla Costa, John; The Ethical Imperative. Why Moral Leadership is Good Business, 1998; Tr. Esp. M.A. Galmarini El imperativo ético; Ed. Paidós, Barcelona, 1999, P. 154.

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

➤ **Y también un “buen negocio” ...**

➤ **“... algunas personas que han estudiado la ética en relación con el mundo de los negocios tienden cada vez más a sostener que una buena ética también es un buen negocio ... La ética es un antídoto contra la ambigüedad; es una aptitud que, con práctica y conciencia, desarrolla la confianza y la flexibilidad del individuo para el tratamiento creativo de la incertidumbre ...”⁽¹⁾.**

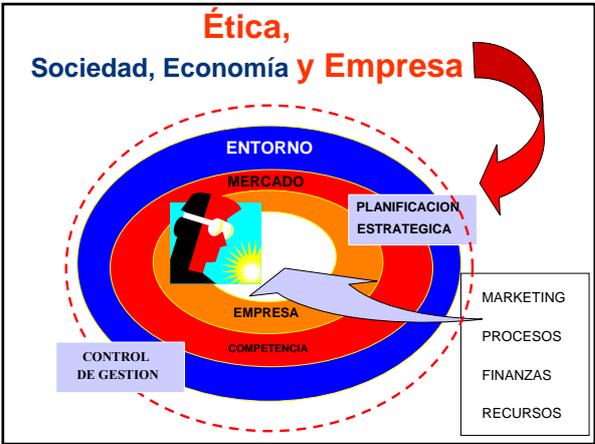
(1) Dalla Costa, John; The Ethical Imperative. Why Moral Leadership is Good Business, 1998; Tr. Esp. M.A. Galmarini El imperativo ético; Ed. Paidós, Barcelona, 1999, P. 147.

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones

NUESTRA CONCLUSION (ASPIRACION?) ...

✓... Y la contribución del **empresario**, ejerciendo una **empresarialidad** balanceada entre el **principio económico** y el **principio ético**, consciente de sus responsabilidades sociales y de las limitantes del medio, aportará a la concreción de cambios estructurales endógenos y **novedades** en los planes de acción de los diversos agentes interactuantes, relativizando al mercado a su función relevante, aunque meramente instrumental.

Enrique S. Pées Boz RSE - Ética en las Organizaciones



SEN vs. PARETO:

"Un estado social se describe como óptimo en el sentido de Pareto si y sólo si no se puede aumentar la utilidad de uno sin reducir la utilidad de otro. Este es un tipo de éxito muy limitado, y, en sí mismo, puede o no garantizar demasiado. **Un estado puede ser un óptimo de Pareto con algunas personas en la más grande de las miserias y con otras en el mayor de los lujos**, en tanto que no se pueda mejorar la situación de los pobres sin reducir el lujo de los ricos. La optimalidad de Pareto, como «el espíritu del César», «**viene caliente del infierno**» (1).

(1) Sen, Amartya (1987), *On Ethics and Economics*, Ed. Basil Blackwell, Oxford, Inglaterra; Versión Española de Angeles Conde, *Sobre ética y economía*, Alianza Editorial S.A., Madrid, 1989, P. 49.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

"...sí, en general, el mundo de lo económico ha funcionado se ha debido, en gran parte, a la vigencia de comportamientos éticos positivos al menos en un número suficiente de personas".

"... La ética es, junto a otros, un dato del buen funcionamiento empresarial. **No es condición suficiente del buen negocio, pero lo propicia...** En un mundo habituado a calcular por resultados, se ha llegado a sospechar que con frecuencia «un negocio malo» (en sentido moral) es un «mal negocio» (en el sentido económico)" (1)

(1) Gómez Pérez, Rafael (1990), *Ética Empresarial – Teoría y Casos*, Ediciones RIALP S.A., Madrid, PP. 20, 53 y 55.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

"la economía ha superado el estadio de «suma cero», es decir, el pensamiento de que «lo que yo poseo es algo que necesariamente he quitado a otro». La economía es cada vez más dinámica. (...) De ahí que se haga necesario **sustituir «la concepción darwiniana de la competencia (según la cual la supervivencia de unos conlleva la desaparición de otros), por una visión más acorde con la realidad, en la que la competencia se configura como un sistema de colaboración dinámica que beneficia a todos los participantes en el proceso»** (J.J. Franch Menue, *Problemas éticos en los mercados financieros* y cfr. R. Termes, *La Riqueza, curso de ética en los negocios organizado por la Librería Diálogo, Madrid, en web.iese.es/RTermes/acer/acer25.htm.*)" (1).

(1) Camino, Eduardo (2004), *Ética de la especulación financiera*, Unión Editorial S. A., Madrid, P. 33.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Egoísmo vs. ...

"El éxito de algunas economías de libre mercado, como Japón, en la producción de eficiencia se ha citado también como evidencia favorable a la teoría del egoísmo. No obstante, el éxito del libre mercado no nos dice nada acerca de la motivación en la que se apoya la acción de los agentes económicos en dicha economía. En realidad, **en el caso de Japón, existe una fuerte evidencia empírica que sugiere que las desviaciones sistémicas del comportamiento egoísta hacia el deber, la lealtad y la buena voluntad han desempeñado un papel fundamental en el éxito industrial**" (1).

(1) Sen, Amartya (1987), *On Ethics and Economics*, Ed. Basil Blackwell, Oxford, Inglaterra; Versión Española de Angeles Conde, *Sobre ética y economía*, Alianza Editorial S.A., Madrid, 1989, P. 35.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

"Ninguna teoría, ni plan, ni política gubernamental hace que una empresa triunfe: eso sólo lo puede conseguir la gente. **La misión más importante de un gerente japonés es desarrollar una sana relación con sus empleados, crear dentro de la sociedad comercial un sentimiento de familia, la sensación de que sus empleados y directivos comparten el mismo destino.** (...) La insistencia respecto de la gente tiene que ser genuina y, en ocasiones, muy temeraria y atrevida, y hasta puede ser arriesgada, pero a la larga –y pongo el acento en esto- no importa que uno sea eficiente y afortunado o ingenioso y astuto, ya que la empresa y el futuro de ella descansan en las manos de la gente ..." (Akio Morita, en calidad de presidente de Sony)" (1).

(1) Gómez Pérez, Rafael (1990), *Ética Empresarial – Teoría y Casos*, Ediciones RIALP S.A., Madrid, P. 63.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Bases de la Ética Cívica (1)

Contenido según Adela Cortina:

- **Libertad:** (a). Participación - Tener la posibilidad y la capacidad de participar en los asuntos y decisiones que nos afectan; (b). Independencia - La primacía de la vida privada sobre la pública; (c). Una persona es libre si es capaz de darse sus propias leyes.
- **Igualdad:** (a). La igualdad de todos los ciudadanos ante la ley; (b). La igualdad de oportunidades; (c). La igualdad de recibir ciertas prestaciones sociales, como una extensión de la igualdad de oportunidades.
- **Solidaridad:** uno de los valores más demandados en los últimos tiempos y más necesarios para acondicionar la existencia humana.
- **Respeto activo:** La tolerancia. El interés positivo por comprender los proyectos e ideas de los otros.
- **Diálogo:** La búsqueda compartida de lo verdadero y lo justo.

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004), *Códigos éticos para el mundo empresarial*, Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 24.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Cívica y las organizaciones ⁽¹⁾

Según Adela Cortina:

1. **La ética de empresa:** Es una ética de *responsabilidad convencida* que ni puede ni debe ignorar la consecuencias de sus actuaciones, ni tampoco puede ni debe caer en el puro pragmatismo.
2. **La actividad empresarial:** Tiene una finalidad que la legitima y por la que cobra sentido: la satisfacción de las necesidades humanas con calidad.
3. **Los miembros de la empresa:** Son interlocutores válidos cuyos derechos deben ser respetados.
4. **Una empresa moderna y responsable:** Debe ir más allá del marco jurídico y atenerse al marco posconvencional de justicia.
5. **Empresa postaylorista:** Se debe dar el paso de una concepción taylorista de la empresa (donde prima la jerarquía y la separación entre los que mandan y los que obedecen) a una empresa postaylorista de la corresponsabilidad.

⁽¹⁾ Lozano Aguilar, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial. Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 57.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La evolución de la empresa ⁽¹⁾

(Según J. F. Lozano)

1. **Empresas clásicas (nivel preconvencional):** Las del inicio de la Revolución Industrial donde la motivación de la acción era la necesidad de satisfacer necesidades humanas básicas; y donde predominaba la estructura del premio y el castigo como desencadenantes de la acción;
2. **Empresas modernas (nivel convencional):** La consideración del factor humano ya es tenida en cuenta, pero desde un aspecto estratégico; Se desarrollan estructuras de autoridad y culturas de mitos e imágenes ideales que motiven a los trabajadores;
3. **Empresas como institución social de sujetos autónomos (nivel posconvencional):** Empresas que ya han asumido la dignidad y la autonomía del ser humano como parte de su organización. La socialización ya no se realiza por normas externas, ni por simbologías impuestas, sino a través del compromiso con unos valores mínimos compartidos y generados por todos los participantes en el proyecto organizacional.

⁽¹⁾ Lozano Aguilar, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial. Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 79.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

EL EMPRESARIO:

En su teoría del empresario, Jean-Baptiste Say lo incorpora a la propia vida económica, como responsable de vincular a los mercados de bienes y servicios con los mercados de factores de producción.

Aseveraría Say que los empresarios, "...son los intermediarios que demandan los servicios productivos requeridos por todo producto, en relación con la demanda del producto"⁽¹⁾.

⁽¹⁾ Pées Boz, Enrique S.; Un Puente Milenario: Evolución de la Economía en la Historia; Editorial Melibea, Montevideo, Uruguay, Agosto 2003, Cap. I, P.46.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

"... podría suponerse que la competencia entre profesionales expertos, que tienen elementos de juicio y conocimientos que van más allá de los que tiene el inversor privado, serviría para corregir las extravagancias del individuo ignorante abandonado a sus propias iniciativas. Sucede, sin embargo, que las energías y habilidad del inversionista profesional y del especulador están, principalmente, ocupadas en otras actividades. ...

... espero ver al estado, que está en situación de calcular la eficiencia marginal de los bienes de capital en un horizonte de largo plazo y sobre la base de lo que es socialmente ventajoso, asumir una aún mayor responsabilidad en la organización directa de la inversión"⁽¹⁾.

⁽¹⁾ Keynes, John M. The General Theory of Employment, Interest and Money, 1936, Macmillan, Londres; reimp. 1967, Cap. 12-VII, P. 164.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

"... la economía, al hablar de los empresarios no se refiere a personas sino a una determinada función. Esta función no es patrimonio exclusivo de una clase o grupo; se halla presente en toda acción y acompaña a todo actor. Al incorporar esa función imaginaria, empleamos un recurso metodológico. El término empresario, tal como lo emplea la teoría cataláctica significa: individuo actuante contemplado exclusivamente a la luz de la incertidumbre inherente a toda actividad ... Todo ello, para la ciencia económica, significa lo siguiente: empresario es el individuo que actúa con la mira puesta en las mutaciones que las circunstancias del mercado registran..."⁽¹⁾.

⁽¹⁾ Mises, Ludwig v. Human Action, A Treatise on Economics 1a ed. 1949 Yale University Press; Trad. esp. J. Reig Albiol, Unión Editorial, Madrid, 1995, P. Primers, C. XIV, P. 307.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Mientras que la antropología walrasiana, como consecuencia de su visión estrictamente mecánica, no refleja una dinámica ética, la antropología austriaca reconoce su existencia, pero no alcanza a definir su contenido, "... se olvida lo que, sin duda, constituye elemento fundamental: ... la dinámica ética de la acción humana en sí misma, no como fenómeno adventicio o co-operante con otros o como condicionante externo a la acción personal .. consiste en una permanente tensión productiva de esquemas de ordenamiento de la visión del mundo y de la acción humana, en la que la voluntad, la inteligencia, la conciencia crítica y otros atributos de la persona se desenvuelven y despliegan en el seno de creencias, valores, actitudes y representaciones teórico-técnicas..."⁽¹⁾.

⁽¹⁾ Rubio de Urquía Rafael, Ética, Eficiencia y Mercado: Ética, Mercado y Neg.; EUNSA, Pamplona, 1994 - P. 61.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Weber concluye que "... si a la estrangulación del consumo juntamos la estrangulación del espíritu de lucro de todas sus trabas, el resultado inevitable será la formación de un capital como consecuencia de esa coacción ascética para el ahorro. Como el capital formado no debería gastarse inútilmente, fuerza era invertirlo en finalidades productivas ... Dicha concepción, pues, asistió al nacimiento del moderno hombre económico. Ahora bien, estos ideales de vida fracasaron al no poder resistir la dura prueba de las tentaciones de la riqueza..."⁽¹⁾.

(1) Weber, Max La ética protestante y el espíritu del capitalismo; Ediciones Península: 47; Barcelona, 1969. 2da parte, P. 248.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

"...El orden económico capitalista actual es como un cosmos extraordinario en el que el individuo nace y al que, al menos en cuanto individuo, le es dado como un edificio prácticamente irreformable, en el que ha de vivir, y al que impone las normas de su comportamiento económico, en cuanto que se halla implicado en la trama de la economía. El empresario que de modo permanente actúa contra estas normas, es eliminado indefectiblemente de la lucha económica; del mismo modo, el trabajador que no sabe o no puede adaptarse a ella, se encuentra arrojado a la calle, para engrosar las filas de los sin trabajo..."⁽¹⁾.

(1) Weber, Max La ética protestante y el espíritu del capitalismo; Ediciones Península: 47; Barcelona, 1969. 1ra parte, P. 49.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

"... el empresario de este nuevo estilo, sólo podía mantener el dominio sobre sí mismo, y salvarse del naufragio moral y económico, mediante una extraordinaria firmeza de carácter; ... que, aparte de su clara visión y su capacidad para la acción, fueron precisamente ciertas cualidades éticas claramente acusadas las que le hicieron ganar la confianza indispensable de la clientela y de los trabajadores, dándole además la fortaleza suficiente para vencer las innumerables resistencias con que hubo de chocar en todo momento..."⁽¹⁾

(1) Weber, Max La ética protestante y el espíritu del capitalismo; Ediciones Península: 47; Barcelona, 1969. 1ra parte, P. 69.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

GILDER Y EL EMPRESARIO:

"... no es fundamentalmente una herramienta más del mercado, sino el propio creador de mercados, no es un descubridor de oportunidades, sino un revelador de las oportunidades, no es un explotador de recursos, sino un inventor de ellos; no es la respuesta a la demanda existente, sino un innovador que hace evocar la demanda; no es un consumidor de tecnología, sino un productor de la misma"

(1) Gilder, George (1984), *The Spirit of Enterprise*; Simon & Schuster, Inc.; trad. esp. (1986), *El espíritu de empresa*, Espasa-Calpe S.A., Madrid, P. 15.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

EL EMPRESARIO DE LA NUEVA ECONOMÍA:

"... es al mismo tiempo emprendedor y especulador, opta por el cambio y la innovación, tiene fe ilimitada en su capacidad de afrontar el futuro. Es algo más que un empresario: es un visionario que no cree en lo imposible. Su cultura empresarial es mesiánica. (...) Este aspecto mesiánico de la aventura acaba transformando la naturaleza profunda de la motivación. Confrontado tarde o temprano a la cuestión social, el empresario de la Nueva Economía con frecuencia la concibe como un reto para su capacidad de gestión productiva, financiera y tecnológica. (...) De ahí el resurgir de interesantes actividades sin ánimo de lucro en el campo de la formación y de la educación, o de la lucha contra la enfermedad, o de la ayuda a los necesitados, financiadas por donaciones de los nuevos empresarios, pero con una voluntad de aportar la fuerza gestora que ha sido la base de sus éxitos económicos, a los enrevesados temas que plantea la evolución social" (Fontela Montes, y Gúzman Cuecas, 2003, p. 65).

(1) Fontela Montes, Emilio y Gúzman Cuecas, Joaquín (2003), *Economía ética y bienestar social*, Ediciones Pirámides, Madrid, P. 65.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética ...

"... Es la ciencia del deber ser, o el conjunto de principios normativos que fundamentan los deberes y derechos de toda persona humana. (...) ... es la ciencia que se refiere al estudio filosófico de la acción y conducta humana considerada en su conformidad o disconformidad con la recta razón."⁽¹⁾

(1) Gonoqueja, Javier (1996), *Ética de la empresa - Teoría y casos prácticos*, Ediciones Mensajero S.A., Bilbao, España, P. 9.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

¿La Ética Empresarial? ⁽¹⁾

Según Rafael Termes:

No hay más que una ética, la que resulta de la propia naturaleza del hombre; naturaleza que no se transforma por el hecho de que el hombre cambie de actividad al actuar en el ámbito privado, en el político o en el empresarial. Ello no obsta para que estas normas universales y permanentes, que no cabe relativizar ni en razón de las circunstancias de lugar ni del tiempo, deban especificarse y concretarse según el campo en el que la persona actúe.

(1) Sison A.J., Fontrodona J. y Vélaz I. (Prólogo Rafael Termes) (2002), *Tras la Euforía - Guía ética para directivos en la nueva economía*. Prentice Hall, Pearson Educación S.A., Madrid. P. XI.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética en la empresa ⁽¹⁾

❖ “La ética de la empresa consistiría, por tanto, en el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidas por una sociedad pluralista –valores que componen una ética cívica- al ámbito peculiar de la empresa, lo cual requiere entenderla según un modelo comunitario, pero siempre empapado de posconvencionalismo” (Cortina, 1994. p. 89).

❖ **Nivel posconvencional de conciencia moral (Habermas, 1981):** implica el reconocimiento de determinados deberes y valores universales más allá de nuestros intereses o de nuestra sociedad concreta. Es una demanda reiterada desde la sociedad civil el respeto de los derechos humanos y la promoción de los valores éticos por parte de las empresas.

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). *Códigos éticos para el mundo empresarial*. Editorial Trotta, S.A., Madrid. Pp. 24 y 32.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

LA ÉTICA EN LA ECONOMÍA Y LA EMPRESA ⁽¹⁾

Los diversos enfoques:

1. **PESIMISTA:** la ética como un mal menor. Sólo aparece en el discurso económico cuando surgen conflictos y en contextos negativos (corrupción, competencia desleal, discriminación laboral, acoso sexual).
2. **OPORTUNISTA:** Si la empresa es capaz de transmitir una cierta sintonía con los valores dominantes en su entorno, su aceptación social se verá incrementada y la relación de simpatía con los potenciales clientes favorecerá la expansión del negocio.
3. **CONFORMISTA:** Consideran la ética como algo deseable y beneficioso, pero piensan que la adopción unilateral de un comportamiento absolutamente honrado e incorruptible es algo utópico.
4. **CÍNICO:** La ética es considerada, desde esta perspectiva, como un simple sistema de control interno (sobre los empleados, etc.) y de presión externa (sobre los competidores).
5. **CORE BUSINESS:** Sólo las empresas y organizaciones que reconocen a la ética como un elemento de su core business están en condiciones de asumirla no como un lastre o un freno, sino como un motor de progreso.

(1) Aguilár, J. en Fernández Aguado, Javier (coord.) et al. (2001), *La ética en los negocios*, Editorial Abrial S.A., Barcelona. Pp. 83-125.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Economía y Empresa: Las corrientes éticas ⁽¹⁾

1. **La ética económica:** hace referencia al análisis ético de los sistemas económicos y a la moralidad de las estructuras y mecanismos del mercado. La preocupación en este nivel es la justicia del ordenamiento económico;
2. **La ética de la empresa y las organizaciones:** hace referencia al análisis ético de las actuaciones de las empresas en el seno del sistema capitalista. Aquí el centro es la concepción de la empresa como organización económica e institución social. La tarea de la ética empresarial es la de preguntar por las posibilidades y criterios de la responsabilidad empresarial en las actuaciones diarias. La pregunta es por los medios para conseguir los beneficios. La ética como proceso de reflexión sobre las razones que existen para adoptar un determinado curso de acción entre posibles alternativas (Conill, 1993);
3. **La ética de los individuos que trabajan en las organizaciones:** se centra en el análisis ético de las relaciones y actuaciones individuales dentro de la organización. Según la clasificación de Enderle (2000), en este nivel el foco de análisis es lo que la personas –en tanto empleados, directivos, inversores, consumidores, etc.- deben hacer para asumir su responsabilidad ética. Para estos autores una organización será ética si quienes en ella trabajan lo son, y sostienen que “el sujeto de la ética es la persona, no la empresa” (Argandoña, 1990, p. 15). Sin embargo, “no se trata de negar que la ética tiene siempre una dimensión individual, sino de afirmar que la Business Ethics no puede poner todo el acento en los individuos, sin comprender la dimensión organizativa como un hecho estructural y estructurador (J. Ma. Lozano, 1999, p. 51).

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). *Códigos éticos para el mundo empresarial*. Editorial Trotta, S.A., Madrid. P. 24.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Empresarial: orígenes y corrientes alternativas ⁽¹⁾

Diferencias entre Business Ethics y el Modelo Europeo:

1. **Respecto al nivel semántico:** los americanos tienen básicamente un lenguaje común y no tienen reparos en hablar públicamente de ética de los negocios;
2. **Respecto al nivel de análisis:** los americanos se centran mucho más en el análisis de las conductas individuales (la preocupación por las virtudes y los vicios) y de la organización, mientras que los europeos –especialmente en el ámbito alemán- se ocupan más de las cuestiones del sistema y de la fundamentación;
3. **En lo que se refiere a la capacidad de elección:** en América del Norte se enfatiza la libertad y la correspondiente responsabilidad a la hora de la toma de decisiones. En la Europa continental hay una mayor preocupación por las condiciones en las que se hacen los negocios de forma responsable, abogando por la elección dentro de limitaciones justas;
4. **Por lo que hace a las razones para el desarrollo de la ética empresarial:** mientras que en EEUU predominan las razones de reacción ante escándalos, en Europa predomina la razón de “humanizar los negocios”;

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). *Códigos éticos para el mundo empresarial*. Editorial Trotta, S.A., Madrid. P. 34.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Empresarial: orígenes y corrientes alternativas ⁽¹⁾

Diferencias entre Business Ethics y el Modelo Europeo Continental:

5. **Considerando el enfoque práctico:** en América del Norte se tiene una fuerte orientación práctica, mientras que en Europa se suele dar una profunda reflexión teórica ante de abordar las cuestiones prácticas;
6. **La enseñanza de la Ética Empresarial:** mientras que en América del Norte hay una amplia aceptación de la ética en los estudios de Management, en Europa se empieza a hacer esfuerzos en ese sentido;
7. **La iniciativa de las corporaciones:** entendiendo por iniciativa los códigos éticos, los responsables de ética y las iniciativas de formación ética en la empresa, en Estados Unidos llevan una clara ventaja sobre Europa;
8. **El papel de los expertos en ética de los negocios:** en general, en Europa se enseña ética de los negocios a estudiantes de diferentes disciplinas y con una menor orientación práctica. En Norteamérica se enseña mayoritariamente a futuros directivos y con una fuerte orientación práctica.

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). *Códigos éticos para el mundo empresarial*. Editorial Trotta, S.A., Madrid. P. 24.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Empresarial en España ⁽¹⁾

Principales factores que impulsan su avance:

- La urgencia en recuperar un ethos con calidad moral;
- La necesidad de recuperar la credibilidad y la confianza;
- La necesidad de buscar unos mínimos compartidos más allá de las "doctrinas comprensivas del bien", esas normas compartidas que facilitarían la vida social de calidad en una sociedad pluralista;
- La revolución empresarial: de ser un país receptor de empresas multinacionales que venían a España como vía de acceso al mercado europeo, España ha pasado a ser un país "exportador" de empresas multinacionales, con una importante presencia en los mercados mundiales e integrado plenamente en la Unión Europea; y
- 5. El surgimiento de una sociedad civil activa y exigente.

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial. Editorial Trotta, S.A., Madrid. P. 24.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética y Responsabilidad Social Corporativa ⁽¹⁾

Significado de RSC – Un concepto ético:

... una corporación privada tiene responsabilidad con la sociedad que van más allá de la producción de bienes y servicios que producen utilidades. Una corporación tiene que servir a un público mucho más amplio del que constituyen los grupos con los que tiene un vínculo económico directo. El término "grupos de participantes en la empresa" se ha usado comúnmente para expresar este conjunto más amplio de responsabilidades.

(1) Buchholtz, R. y Rosenthal, S. en Frederick, Robert E. (1999). «A comparison to Business Ethics». Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. La ética en los negocios (2001), Oxford University Press México, S.A., México. P. 366.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética y Responsabilidad Social Empresaria ⁽¹⁾

"La Responsabilidad Social Empresaria es una visión de negocios que integra en la gestión empresarial y en forma armónica el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente"

(1) DERES (Desarrollo de la Responsabilidad Social – Uruguay) – www.deres.org.uy

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

LA ÉTICA EMPRESARIAL

VERTIENTES MAYORITARIOS

- Inspiración aristotélica-utilitaria (la felicidad) o Kantiano-dialógica (la justicia).
- Escuelas de Negocios (Business Ethics)

Stockholders vs. Stakeholders

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Empresarial - Una respuesta a los retos ⁽¹⁾

- ✓ La mayor madurez del mercado exige a las empresas planteamientos largoplacistas, orientados por valores y no por reglas o normas miopes (Moreno, 1997).
- ✓ El crecimiento de la competencia entre las empresas, debido a la globalización de la economía, exige a las empresas "fidelizar" la clientela a través de actuaciones que generan credibilidad y confianza (Moreno, 1997).
- ✓ Cuanto más complejas son las sociedades y más cambiantes los entornos de las empresas, más insuficientes e ineficaces resultan las soluciones jurídicas y más rentables los mecanismos éticos para resolver los conflictos con justicia.
- ✓ El aumento de la complejidad en el seno de la empresa aconseja integrar a cuantos en ella trabajan, de modo que se sepan identificados con su proyecto.
- ✓ La rentabilidad de la empresa está en relación con su legitimación social y, en último término, con su credibilidad.

(1) Cortina Adela et al. (1997). Rentabilidad de la ética para la empresa. Fundación Argentina, Madrid. P. 32.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Empresarial - Una respuesta a los retos ⁽¹⁾

- ✓ La sociedad civil y la opinión pública exigen a la empresa cada vez más que asuman su responsabilidad social ... Generar capital-simpatía resulta imprescindible (Cortina, 1995).
- ✓ En este contexto se entiende que la ética es "rentable" para las empresas porque es una necesidad en los sistemas abiertos, aumenta la eficiencia en la configuración de los sistemas directivos, reduce costes de coordinación internos y externos a la empresa, es un factor de innovación y un elemento diferenciador, que permite proyectar a largo plazo desde los valores (García Echevarría y Lattmann, 1992).
- ✓ El cumplimiento de la responsabilidad social de la empresa puede cuantificarse y convertirse en un instrumento de gestión de más calidad (D. García Marzá, "Del balance social al balance ético").

(1) Cortina Adela et al. (1997). Rentabilidad de la ética para la empresa. Fundación Argentina, Madrid. P. 32.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética Concreta vs. Ética Abstracta:

"(Ética Abstracta) ... Sería una Ética de solamente principios generales. Quedaría después a la discreción, a la conciencia moral, a la *sindéresis* de cada uno, su correcta aplicación a los problemas de economía y de empresa.

(Ética Concreta) ... **La que no se contenta con la elaboración de principios generales, sino que procura ella misma aplicarlos a los problemas reales específicos. En este segundo caso convendrá definir primero técnica, económicamente, los temas para poder construir después con mayor precisión y ajuste su valoración o enjuiciamiento éticos**"(1).

(1) Goroquieta, Javier (1996), *Ética de la empresa - Teoría y casos prácticos*, Ediciones Mensajero S.A., Bilbao, España. P. 12.

Niveles y valores de comportamiento empresarial:(1)

- ✓ General: *honradez, lealtad, ...*
- ✓ Profesional: *clientes y personas, equipo, ley ...*
- ✓ Empresarial: *competencia, reglas claras, ...*
- ✓ Estratégico: *progreso y excelencia ...*
- ✓ Mercados: *transparencia y cooperación ...*

(1) Gelinier, O. (1991), *Ética de los negocios*, Espasa - Calpe, Madrid, P. 60.

"La ética en un negocio es una cuestión que depende más de **cómo se actúa y la manera de adoptar conductas**, que de **declaraciones, afirmaciones o principios escritos**, si estos no se siguen o no se comparte".(1)

(1) Velasquez, M.G. (1998), *Business ethics. Concepts and cases*, Prentice Hall, Englewood Clif. P.77.

Los comportamientos ANTIÉTICOS(1)

1. **Infli**gir voluntariamente **daños en propiedades públicas o privadas**;
2. **Falsificar cheques, contratos, facturas, ofertas, etc.**;
3. **Apropiarse para uso particular, y contra justicia, de bienes pertenecientes a la empresa**;
4. **Abonar salarios injustos para enriquecimiento desproporcionado de los accionistas o ejecutivos de la compañía**;
5. **No hacer frente a pagos en los plazos pactados sin causa grave**;
6. **Incumplir acuerdos alcanzados**;
7. **Faltar a la verdad en las relaciones mercantiles**;
8. **Defraudar en lo que se refiere a la calidad o cantidad de lo entregado**;
9. **Elevar desproporcionadamente los precios de las mercaderías vendidas aprovechándose de la necesidad ajena**;
10. **Ofrecer sobornos a otras personas para que una decisión se incline a favor de la propia empresa**.

(1) Fernández Aguado, Javier (coord.) et al. (2001), *La ética en los negocios*, Editorial Abris S.A., Barcelona, P. 14.

Conductas ANTIÉTICAS y la reputación de la empresa(1)

1. **Actuaciones en interés propio, conductas abusivas, ausencia general de clima ético en la empresa**;
2. **Carencias de principios de buen gobierno empresarial**;
3. **Competencia desleal y prácticas desleales de mercado**;
4. **Uso de violencia en la publicidad; tácticas agresivas de publicidad o venta**;
5. **Soborno, fraude, corrupción y otros delitos**;
6. **Mala calidad del servicio, por ejemplo excesiva burocracia o incapacidad de disculparse por los errores**;
7. **Demora en el pago de facturas**;
8. **Utilización de mano de obra infantil u otro tipo de mano de obra barata/ilegal**;
9. **Falta de cumplimiento de leyes locales e internacionales**;
10. **Carencia de buenas prácticas medioambientales**;
11. **Carencia de buenas prácticas de seguridad e higiene, por ejemplo, carencias de evaluación de riesgos laborales, etc.**;
12. **Tráfico de influencias; influencia ilegal sobre gobernantes**;
13. **Actitudes cerradas o discriminatorias hacia grupos étnicos o minorías sociales**;
14. **Pornografía**.

(1) Francis Gómez, Pedro (2004), *Ética de los negocios - Innovación y Responsabilidad*, Editorial Descarté De Brouwer S.A., Bilbao, P. 33.

El Algoritmo Ético:

Objetivos: **¿qué deseamos alcanzar?**

Métodos: **¿cómo perseguimos los objetivos?**

Motivos: **¿qué necesidades personales nos llevan a alcanzar esos objetivos?**

Consecuencias: **¿qué resultados de nuestras acciones podemos anticipar?**

(1) Velasquez, M.G. (1998), *Business ethics. Concepts and cases*, Prentice Hall, Englewood Clif. P.81.

Cómo crear un "clima ético": (1)

- Formular y difundir un código de conducta;
- Auditorías éticas internas;
- Recompensas éticas;
- Cursos y apoyo a los empleados sobre ética;
- Supervisión: respeto, consideración y humanidad.

(1) Koppelman, R. E.; A. P. Brief & R. A. Guzzo (1990), «The role of climate and culture in productivity», en Schneider, B. (ed.), *Organizational climate and culture*. Jossey-Bass, San Francisco, USA.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Síntomas de inmadurez sistémica:

- ✓ **Códigos de conducta que son muy enfocados; básicamente buscando una buena imagen externa!**
- ✓ **No se establecen penalidades por el no cumplimiento;**
- ✓ **Escasa presencia y difusión de los códigos de conducta;**
- ✓ **Reconocimiento de la importancia, pero todavía no se le ha prestado la debida atención!**

(1) Adaptado de Martín Jiménez, F. (1997) - Tesis Doctoral.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Las cuatro funciones de la empresa y del empresario ético: (1)

- ✓ **Atender las necesidades de los clientes mediante la producción de bienes y servicios orientados a esas necesidades.**
- ✓ **Hacerlo con eficacia y eficiencia, es decir, dedicando el mínimo de recursos necesarios por unidad de resultados.**
- ✓ **Capacidad de sostener y de crecer. Los beneficios sirven, precisamente, para garantizar los fondos –propios o ajenos- necesarios para hacer esa continuidad posible.**
- ✓ **Y, como toda organización, la empresa debe cuidar del desarrollo de las personas que la integran, de modo que “crezcan” como personas precisamente en su actividad en la empresa, y la empresa debe adquirir la “unidad” como organización, de modo que se pueda garantizar su continuidad, su crecimiento y su capacidad de conseguir sus fines.**

(1) Argandoña, A., en Fontela Montes, Emilio y Gúzman Cuevas, Joaquín (2003), *Economía ética y bienestar social*, Ediciones Pirámides, Madrid, P. 163.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los pilares de la Ética Empresarial: (1)

- ✓ **Los principios y las conductas de las personas que la forman.**
- ✓ **Las interacciones entre esas personas, es decir, los procesos de aprendizaje –positivo o negativo- que ocurren entre ellas, continua e inevitablemente.**
- ✓ **El fin propio de la organización y su estructura, su organización, sus reglas y su cultura, que son las que dan sentido, dirección y propósito a la acción de las personas.**

(1) Argandoña, A., en Fontela Montes, Emilio y Gúzman Cuevas, Joaquín (2003), *Economía ética y bienestar social*, Ediciones Pirámides, Madrid, P. 170.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Sin libertad no hay ética ...

“... la ética se ocupa del estudio de los actos humanos (y no de los llamados actos del hombre). Aquellos que proceden de nuestra voluntad deliberada: “de modo que en toda realización de un acto humano va implícito un “para qué” intencional que deja su impronta en la voluntad del agente”(1).

(1) Rhonheimer, M. *La perspectiva de la moral. Fundamentos de la ética filosófica*, Rialp, Madrid 2000, 141-142).

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Reflexiones útiles: (1)

- **El reto es ética con beneficios, una buena gestión desde el punto de vista técnico-económico, socio-político y ético. O sea, hacer de la ética no un coste, una restricción, sino una fortaleza, un componente de la buena gestión.**
- **El experto en ética, sabe, por supuesto, lo que es el bien en general, pero lo que es bueno en la empresa lo conocen el empresario, los directivos y los empleados. ¿Qué bien debo hacer por tanto? Produce más y mejores bienes y servicios, sé más eficiente, crece más, desarrolla tus capacidades distintivas, lo que tú y tu organización sabéis hacer mejor que los demás ... Ayuda a crecer a las personas de tu organización, sirve a tus clientes, ayuda a satisfacer sus necesidades auténticas, ayuda a la comunidad local en que te mueves, trata de conseguir el bien común de la sociedad en que trabajas, un bien que tú conoces muy de cerca porque forma parte de la misión de tu empresa ...**

(1) Argandoña, A., en Fontela Montes, Emilio y Gúzman Cuevas, Joaquín (2003), *Economía ética y bienestar social*, Ediciones Pirámides, Madrid, P. 165.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los cuatro ámbitos de la Ética en la Empresa: (1)

- ❖ **El personal:** soy ético porque quiero serlo, tanto en mi vida personal como en la profesional –porque **no hay dos éticas distintas, la pública y la privada, ni caben comportamientos esquizofrénicos, como el de quien cree que en la empresa se puede mentir, engañar y robar, pero se avergonzaría de hacerlo en su vida familiar.**
- ❖ **El organizativo:** más allá del talante ético de las personas, **la empresa debe perseguir fines moralmente correctos y usar medios también correctos, creando un ambiente en que las personas puedan no sólo comportarse con el grado de moralidad que desean, sino avanzar y desarrollarse más y más como personas éticas, lo que quiere decir también como profesionales competentes.**
- ❖ **El ámbito de la ética "hacia fuera"** en la empresa, para con sus clientes, proveedores, competidores, reguladores, para con la comunidad local y la sociedad en general.
- ❖ **La ética del sistema:** empresas moralmente correctas deben **contribuir a un sistema de economía de mercado también éticamente correcto.**

(1) Argandoña, A., en Fontels Montes, Emilio y Guzmán Cuevas, Joaquín (2003). *Economía ética y bienestar social*. Ediciones Pirámides, Madrid. P. 170.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética – Fuentes filosóficas alternativas: (1)

1. **Deontologismo:** Se enfoca en los principios universales de lo que se considera que está bien o mal. El argumento que lo soporta es que **las personas aceptan el concepto del deber de forma independiente al concepto de lo que está bien o mal**, además, las acciones de las personas no están justificadas por las consecuencias asociadas a ellas, sino más bien, en **los motivos de esas acciones**, así como a la moral y características del agente, más que en las consecuencias producidas por estas personas.
2. **Utilitarismo:** Se enfoca en **las consecuencias de las acciones**. Está de acuerdo con la proposición de que una acción es correcta si cubre al mayor grupo de personas posible, de la mayor cantidad de bien posible o, de forma contraria, consigue el mejor balance de mas consecuencias.

(1) Hansen (1992): "A Multidimensional Scale for Measuring Business Ethics: A Purification and Refinement", *Journal of Business Ethics*, 11 (7), 1992.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética – Fuentes filosóficas alternativas: (1)

1. **Egoísmo:** Un acto se considera ético cuando promueve que las personas consigan sus intereses principales. Una acción se considera ética si consigue **el mejor ratio bueno / malo** para los intereses individuales, comparado con cualquier otra alternativa posible.
2. **Relativismo:** La creencia sobre lo que se considera ético vendrá determinado por la cultura de cada persona y, por tanto, **no existen principios universales o reglas éticas que puedan ser aplicadas a todo el mundo**. Así, la mayor implicación es que todas **las normas morales son relativas a la cultura particular**.
3. **Justicia:** La ética de una acción vendrá determinada por la noción de que **los iguales deben ser tratados de la misma forma los no iguales, de diferente forma (con énfasis en la imparcialidad)**. Incluye la idea de la justicia distributiva, que se enfoca en cómo son distribuidas las cosas de forma justa y la justicia de procedimiento, que desarrolla reglas o procedimientos que dé un resultado equitativo o consecuencias justas.

(1) Hansen (1992): "A Multidimensional Scale for Measuring Business Ethics: A Purification and Refinement", *Journal of Business Ethics*, 11 (7), 1992.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Dirección por valores: (1)

"... la Dirección por Valores es un campo que intenta aclarar los objetivos y valores mediante un debate y diálogo con todos. Su convicción básica es que en una compañía que administra sus valores sólo hay un jefe: los valores de la compañía."

"Los cambios ocurren cuando suceden en el interior de las personas y cambia el modo de ver las cosas. Por eso el secreto es hacer aquello en lo que todos creemos y creer en lo que hacemos."

Alineando:

1. **Las prácticas individuales** (solución de problemas y toma de decisiones, prácticas de liderazgo, autoadministración y desarrollo);
2. **Las prácticas de equipo** (dinámica y procesos de grupo, etapas de formación de equipo de alto desempeño, etc.); y
3. **Las prácticas de la organización** (desarrollo estratégico, prácticas de recompensas).

(1) Álvarez Rivas, D. et al. (2004): 100 preguntas básicas sobre ética de la empresa. P. 62.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Una nueva cultura empresarial: (1)

Dirección vertical	Horizontal
Autoridad disciplinaria	Autoridad de animación
Individualismo	Trabajo en equipo
Separación de funciones	Interacción
Funcionamiento mecánico	Organismo biológico
Eficacia medios y fines	Interrelación con el medio
Obediencia	Participación
Monológica	Dialógica
Mando	Escucha
Delimitación competencias	Delegación
Burocratización	Flexibilidad
Relación con objetos	Relación con sujetos

(1) Álvarez Rivas, D. et al. (2004): 100 preguntas básicas sobre ética de la empresa. P. 62.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

El "Capital Intelectual"(los "intangibles") (1)

Los tres componentes según Thomas Stewart (Fortune, 1997):

1. **El capital humano**, que es la suma de los conocimientos, las destrezas y las actitudes favorables de empleados individuales;
2. **El capital estructural**, formando por las capacidades institucionales de la organización, fruto en gran parte de la sinergia entre los profesionales que trabajan en la empresa; y
3. **El capital de clientela**, que proviene de la franquicia o la cuota de mercado fidelizada, una fuente privilegiada de conocimiento sobre los productos demandados.

... la necesidad de nuevos paradigmas para la medición y la gestión de los recursos y los activos de la empresa, nuevos modelos para la dirección y el gobierno de las personas que en ella trabajan.

(1) Sison A.J., Fontrodona J. y Vélaz I. (Prólogo Rafael Terres) (2002). *Tras la Eufonia - Guía ética para directivos en la nueva economía*. Promitea Hall, Pearson Educación S.A., Madrid. P. 257.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

El "Activo patrimonial total" (1)

Infraestructura física + Factores Intangibles (Bueno, 1998; Edvinsson y Malone, 1999):

- ❖ El **capital humano**: integra el conjunto de capacidades y habilidades de los trabajadores de la empresa y todas las inversiones destinadas a garantizar que los atributos del factor humano se adecuen a las necesidades de la actividad empresarial como;
- ❖ El **capital estructural**: comprende todas las inversiones realizadas para mejorar la experiencia y la calidad de la organización, a partir de la mejora de los procesos productivos o de gestión.
- ❖ El **capital relacional**: incluye los esfuerzos realizados para mejorar la eficiencia en la gestión de las comunicaciones y transacciones con los clientes y proveedores de la empresa.
- ❖ El **capital tecnológico**: recoge las inversiones dirigidas hacia la optimización de los procesos de innovación y la infraestructura tecnológica empresarial.

(1) Vilaseca Requena, J. et al. (2003). *Inversión en intangibles y competitividad internacional de la gran empresa española*. Estudios de Economía Aplicada. Asociación de Economía Aplicada (ASEPELT), v. 21-3, diciembre 2003, p. 507.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética entre los "Activos intangibles" (1)

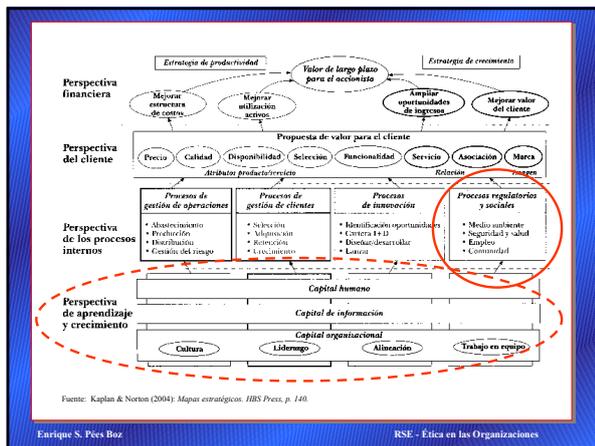
Definición y Características:

- ❖ **Económicamente, un activo intangible es cualquier elemento no físico que tiene la propiedad o constituye la posibilidad de generar un beneficio incremental para la empresa. Entre los intangibles más citados encontramos las franquicias, patentes, marcas comerciales, copyright, inversión en I+D y habilidades y conocimientos tácitos de los trabajadores o la organización. (Hand y Lev, 2003)**
- ❖ **Características de bien público, importantes externalidades, economías de red y rendimientos crecientes. Con todo, son de difícil comercialización, con unos derechos de propiedad difusos, una elevada dificultad de generación de contratos, contingentes y una estructura de costes que no favorece ni la fijación de precios estables ni las condiciones de competencia.**

(1) Vilaseca Requena, J. et al. (2003). *Inversión en intangibles y competitividad internacional de la gran empresa española*. Estudios de Economía Aplicada. Asociación de Economía Aplicada (ASEPELT), v. 21-3, diciembre 2003, pp. 505 y 507.

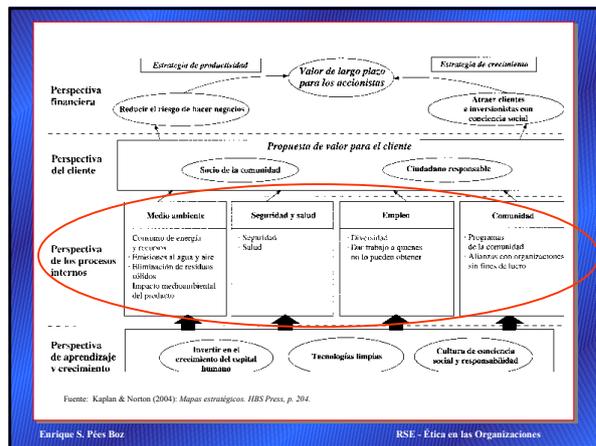
Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones



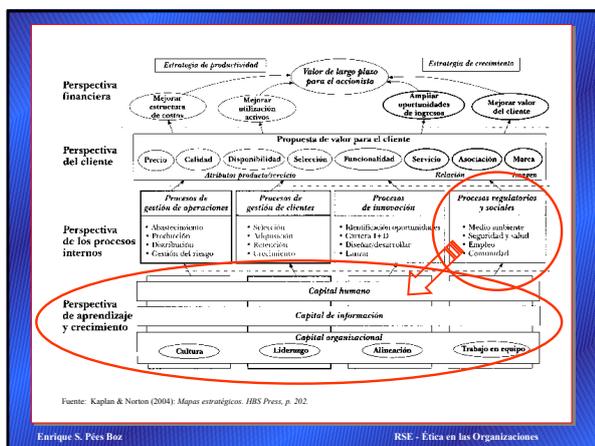
Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones



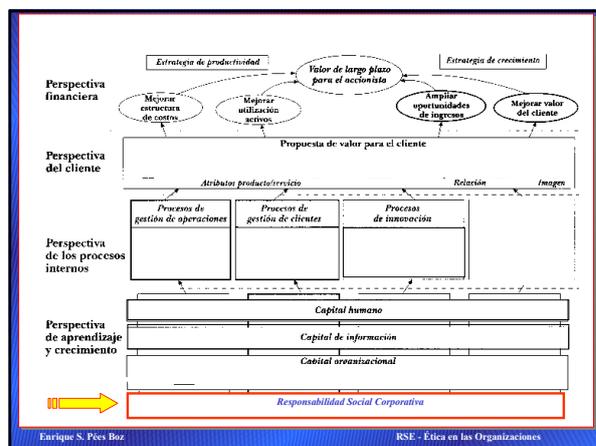
Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones



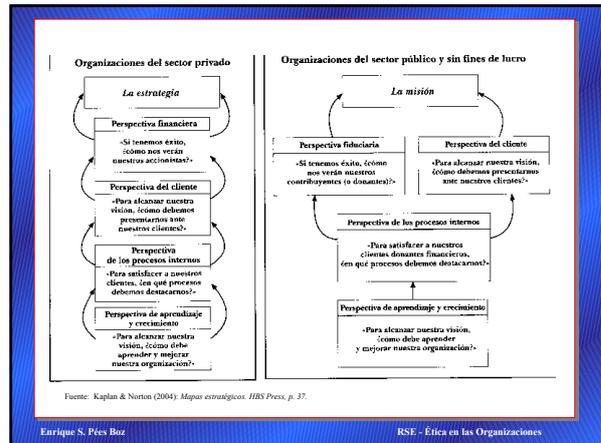
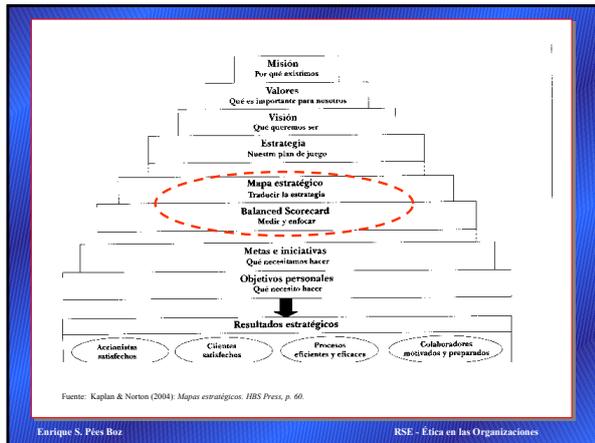
Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones



Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones



ACTIVOS INTANGIBLES: Creación de valor

1. **Creación indirecta de valor:** a través de las diversas perspectivas, en relación causa-efecto;
2. **Valor contextual:** depende de su alineación con la estrategia;
3. **Valor potencial:** no es su costo, sino su potencial de enriquecer los activos tangibles;
4. **Valor grupal o sinérgico:** "se crea máximo valor cuando todos los activos intangibles de la organización están alineados entre sí, con los activos tangibles de la organización y con la estrategia"⁽¹⁾.

(1) Kaplan & Norton (2004). Mapas estratégicos. HBS Press, p. 59.

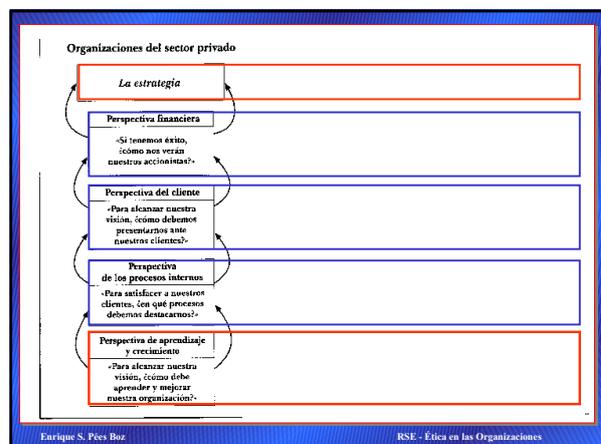
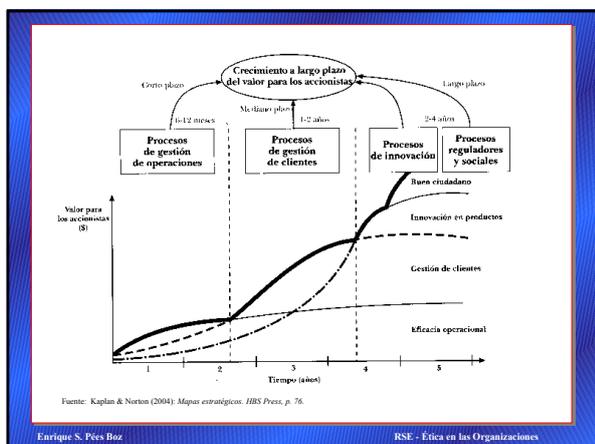
Enrique S. Píes Boz RSE - Ética en las Organizaciones

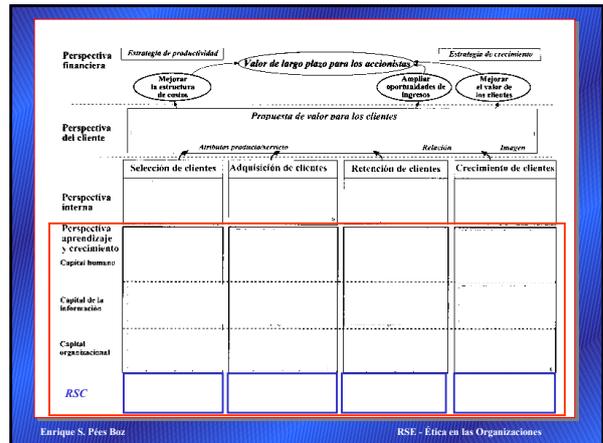
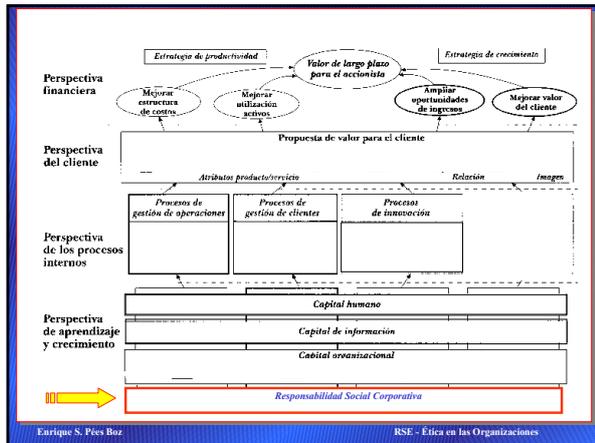
DINAMICA de la Creación de Valor:

1. **Cuantificar:** establecer metas y validar las relaciones de causa y efecto en el mapa estratégico;
2. **Definir el límite de tiempo:** determinar de qué forma los temas estratégicos crearán valor a corto, mediano y largo plazo, de forma equilibrada y sostenida;
3. **Seleccionar iniciativas:** elegir las inversiones estratégicas y programas de acción que le permitirán a la organización alcanzar el desempeño buscado, dentro de los marcos temporales establecidos.

(1) Kaplan & Norton (2004). Mapas estratégicos. HBS Press, p. 423.

Enrique S. Píes Boz RSE - Ética en las Organizaciones





Perspectiva de aprendizaje y crecimiento

Activo	Objetivo	Indicador	Meta	Riesgo
Capital humano				
Capital organizacional				
Capital de información				
RSC				

Responsabilidad Social Corporativa

Informe de Disponibilidad		Programa de Desarrollo			
Atributo	Indicador de disponibilidad estratégica	Metas (muestra)	Iniciativas estratégicas	Indicadores de tendencia	Presupuesto programa estratégico

- ### La Ética y la Pirámide de Responsabilidades ⁽¹⁾
- Adaptación de la propuesta de Archie B. Carroll:**
- Responsabilidades Económicas:**
 - Ser rentable.
 - La base sobre la cual descansa el resto.
 - Responsabilidades legales.:**
 - Obedecer la ley.
 - La ley es un código de la sociedad del bien y del mal.
 - Responsabilidades éticas:**
 - Ser ético.
 - Obligación de hacer lo que es correcto, justo y bueno. Evitar el daño.
 - Responsabilidad con stakeholders:**
 - Comportamiento corporativo comprometido.
 - Calidad y seguridad con el cliente; contrato psicológico con empleados; sostenibilidad.

(1) Villalón, Justo (2004), La buena reputación; claves del valor intangible en las empresas. Ediciones Pirámide, Madrid, P.63.

- ### La Reputación Empresarial y la Ética ⁽¹⁾
- Definición y atributos relevantes:**
- ❖ ... es la cristalización de la imagen corporativa de una entidad cuando ésta es el resultado de un comportamiento corporativo excelente, mantenido a lo largo del tiempo, que le confiere un carácter estructural ante sus stakeholders estratégicos.
 - ❖ **Atributos de reputación de Marca:**
 - ✓ Calidad percibida.
 - ✓ Garantía.
 - ✓ Perfil ético de la marca.
 - ✓ Responsabilidad social.
 - ✓ Relevancia.
 - ✓ Identificación.

(1) Villalón, Justo (2004), La buena reputación; claves del valor intangible en las empresas. Ediciones Pirámide, Madrid, P.47.

La Reputación Empresarial y la Ética ⁽¹⁾

Índices de valoración relacional:

❖ Índice de Reputación de Marca (IRMA):

1. **Calidad percibida.**
 - a. Relación calidad/precio.
 - b. Atención al cliente.
2. **Garantía.**
 - a. Confianza en la relación.
 - b. Percepción de liderazgo.
3. **Perfil ético.**
 - a. Comportamiento ético.
 - b. Productos éticos.

(1) Villalafra, Justo (2004), La buena reputación: claves del valor intangible en las empresas. Ediciones Pirámide, Madrid, P.52.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Reputación Empresarial y la Ética ⁽¹⁾

Índices de valoración relacional:

❖ Índice de Reputación de Marca (IRMA):

4. **Responsabilidad social.**
 - a. Sensibilidad ecológica.
 - b. Apoyo a causas sociales.
5. **Relevancia.**
 - a. Conocimiento.
 - b. Comunicación.
6. **Identificación.**
 - a. Reconocimiento de la identidad.
 - b. Sentimientos positivos.

(1) Villalafra, Justo (2004), La buena reputación: claves del valor intangible en las empresas. Ediciones Pirámide, Madrid, P.47.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Monitores de Reputación Corporativa ⁽¹⁾

La Ética entre los factores evaluados por el MERCOS:

1. **Resultados económico-financieros.**
 - a. Beneficio contable.
 - b. Rentabilidad.
 - c. Calidad de la información económica de la empresa.
2. **Calidad de la oferta comercial.**
 - a. Valor del producto.
 - b. Valor de la marca.
 - c. Servicio al cliente.
3. **Cultura corporativa y calidad laboral.**
 - a. Adecuación de la cultura al proyecto empresarial.
 - b. Calidad de la vida laboral.
 - c. Evaluación y recompensa.

(1) Villalafra, Justo (2004), La buena reputación: claves del valor intangible en las empresas. Ediciones Pirámide, Madrid, P.127.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Monitores de Reputación Corporativa ⁽¹⁾

La Ética entre los factores evaluados por el MERCOS:

4. **Ética y responsabilidad social corporativa.**
 - a. Ética empresarial.
 - b. Compromiso con la comunidad.
 - c. Responsabilidad social y medioambiental.
5. **Dimensión global y presencia internacional.**
 - a. Número de países en los que opera.
 - b. Cifra de negocios en el extranjero.
 - c. Alianzas estratégicas internacionales.
6. **Innovación.**
 - a. Inversiones en I+D.
 - b. Nuevos productos y servicios.
 - c. Nuevos canales.

(1) Villalafra, Justo (2004), La buena reputación: claves del valor intangible en las empresas. Ediciones Pirámide, Madrid, P.127.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Responsabilidad social, ética y medioambiental: ⁽¹⁾

Buen gobierno corporativo:

- **Supervisar las donaciones a partidos políticos (y/o asociaciones y fundaciones relacionadas) mediante la obligación de aprobación por el Consejo de Administración y de la obligación de información a los accionistas.**
- **Incluir dentro del código de conducta de la entidad el respeto y cumplimiento de la legislación laboral, haciéndolo extensivo a los proveedores que trabajan habitualmente con la misma.**
- **Considerar dentro del código de conducta las obligaciones sociales y medioambientales de la compañía.**
- **Establecer sesiones periódicas en el Consejo para el fomento de la relación con los grupos de interés, estableciendo un marco de comunicación bidireccional adecuado.**

(1) Oicene Santanja, Aldo (Presidente de la Fundación de Estudios Financieros. Estudio para la mejora del gobierno corporativo: la transparencia informativa y los conflictos de interés.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética, Empresa y Dirección ⁽¹⁾

- ❖ ... La empresa actual es una institución que se mueve en una economía abierta y competitiva donde empieza a primar el dominio de la persona sobre la función y la estructura. Es sin duda por ello por lo que: "la figura del directivo constituye la encrucijada en todo el diseño económico de un país" (García-Echevarría, S (1993) El directivo de la empresa vasca. Clave de su competitividad, Bilbao: Diputación Foral de Vizcaya).
- ❖ Las tareas del directivo:
 - ❖ **Hacer institución, es decir conseguir que la gente que colabora en un proyecto común, compartan algo más que una función. Definir una cultura empresarial, una filosofía empresarial, y una estrategia global;**
 - ❖ **Dirigir y resolver el campo de tensiones entre la empresa y su entorno para, a la vez que se mueve, tener la estabilidad suficiente y poder adaptarse con garantías;**
 - ❖ **Integrar a la persona en la institución. Aquí está el pilar fundamental de la empresa. Hacer institución, y dirigir en el cambio no puede proporcionar el éxito mientras no consigamos integrar a los colaboradores en la institución. Entendiendo por "colaboradores", no sólo a los obreros, sino a todos lo que tienen alguna aspiración respecto a la empresa ... los proveedores, los clientes, los accionistas.**

(1) Lozano Aguilar, J. F., en Cortina Adelo et al. (1997). Responsabilidad de la ética para la empresa. Fundación Argentina, Madrid, P. 88.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Las tres dimensiones de una DECISIÓN:⁽¹⁾

- Una dimensión que podemos llamar **técnico-económica**: la referente a **costes, ingresos, ventas, producción, beneficios, rentabilidad, etc.**
- Otra dimensión **socio-política**, en la que hablamos de **jerarquías, estructuras, poder, conflictos, cooperación, delegación, etc.**
- Y una dimensión **ética**, porque estamos hablando de **decisiones de personas y que afecta a personas**, y en esas decisiones está en juego su **felicidad, su mejoramiento como personas, su aprendizaje, la unidad de la organización y los motivos más profundos por los que esas personas actúan.**

(1) Argandoña, A., en Fontela Montes, Emilio y Gúzman Cuevas, Joaquín (2003). *Economía ética y bienestar social*. Ediciones Pirámides, Madrid. P. 162.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Gerentes éticos⁽¹⁾

Las diez razones de Rushworth Kidder (1997):

1. Los valores compartidos crean **confianza**;
2. La **congruencia** conduce a lo predecible en la planeación;
3. Lo predecible es esencial para el **manejo de la crisis**;
4. La **seguridad** en tales recompensas general **lealtad**;
5. Las **compañías** valen lo que vale su **personal**;
6. A los **consumidores** les importan los **valores**;
7. A los **accionistas** también les importan los **valores**;
8. El **liderazgo ético** impide la **reglamentación opresiva**;
9. Las **sociedades eficaces** dependen de los **valores en común**; y
10. La **ética es una forma de seguro**.

(1) Carroll, A., en Frederick, Robert E. (1999). «A companion to Business Ethics», Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. *La ética en los negocios* (2001). Oxford University Press México, S.A., México. P. 169.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Decisiones éticas⁽¹⁾

Las doce interrogantes de Laura Nash (1981):

1. ¿Ha definido el problema con precisión?
2. ¿Cómo definiría el problema si estuviera del otro lado de la valla?
3. En primer lugar, ¿cómo fue que ocurrió esta situación?
4. ¿A quién y a qué da usted su **lealtad** como persona y como miembro de la corporación?
5. ¿Qué propósito persigue al tomar esta decisión?
6. ¿Cómo se compara el propósito con los resultados probables?
7. ¿A quién podría lastimar su decisión o acto?
8. ¿Es posible reunir a las partes afectadas para que analicen el problema antes de que usted tome la decisión respectiva?
9. ¿Está usted seguro de que su postura será tan válida dentro de un período largo como lo parece en este momento?
10. ¿Podría revelar su decisión o acto sin ningún reparo a su jefe, director general, el consejo de administración, su familia o sociedad en su conjunto?
11. ¿Cuál es el potencial simbólico de su acto si éste se comprende? ¿Y si se interpreta equivocadamente?
12. ¿En qué circunstancias permitiría usted alguna excepción a su postura?

(1) Carroll, A., en Frederick, Robert E. (1999). «A companion to Business Ethics», Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. *La ética en los negocios* (2001). Oxford University Press México, S.A., México. P. 177.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada: La empresa y los accionistas⁽¹⁾

1. Producir **beneficios licitos** que justifiquen la inversión e incrementen el valor de la misma;
2. Conseguir la **máxima rentabilidad** que en justicia sea posible;
3. **Informar** ... dando la "imagen fiel" del patrimonio y la gestión;
4. **Comunicar** ... los proyectos de futuro y recabar la aprobación y sugerencias;
5. Abstenerse de realizar acciones u omisiones discriminatorias;
6. No mantener "fondos secretos" para cualquier finalidad ajena a los propios fines de la compañía;
7. No facilitar información privilegiada;
8. Informar a los socios o accionistas sobre los principios éticos que inspiran la cultura y actuación de la empresa;
9. **Comunicar a los accionistas de manera transparente, veraz y puntual** información;
10. Mantener la **confidencialidad** de sus proyectos y el **recto manejo de los datos contables**.

(1) Álvarez Rivas, D. et al. (2004). 100 preguntas básicas sobre ética de la empresa. P. 70.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Empresa, RRHH y Salud Ética Social⁽¹⁾

- ❖ García Echevarría: ... hay que "pasar de la administración a la dirección de los RR.HH.", con lo cual se quiere expresar: 1º) que la persona adquiere el **debido protagonismo en la institución empresarial**; y 2º) que lo decisivo no es orientarse por esquemas funcionales sino por **valores capaces de integrar a las personas**.
- ❖ Coleman: ... el déficit de lo que se ha denominado "**capital social**" (Coleman, J., 1988), es decir, la capacidad de las personas de trabajar juntos por propósitos comunes, en grupo y organizaciones. La "**capacidad de las personas para asociarse**" depende del grado en que las comunidades (también las empresariales) **compartan normas y valores**. Entre estos valores compartidos está **la confianza**, que tiene entonces, según la interpretación de Fukuyama (1995), **un elevado valor económico**.

(1) Corral Sánchez, J., en Corina Adela et al. (1997). *Rentabilidad de la ética para la empresa*. Fundación Argentina, Madrid. P. 197.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética y empleo: el Contrato Moral⁽¹⁾

(S. Ghoshal y Ch. Bartlett, 1995)

- ❖ La **necesidad de un nuevo contrato moral que garantice la aptitud para el empleo**: ... la **seguridad del empleo** deja paso a la **aptitud para el empleo**.
- ❖ **Abandonar la estabilidad letárgica del "empleo para toda la vida": abogar por el aprendizaje continuo y el desarrollo personal**.
- ❖ La **creación de una nueva relación entre el individuo y la empresa, que sea duradera y satisfactoria**.
- ❖ **Son las relaciones, y no las reglas, las que dan su verdadera forma a las estructuras y a las organizaciones**.
- ❖ **En definitiva, que es el contrato moral el que ofrece realmente una base sólida a la vitalidad de la empresa**.

(1) Corral Sánchez, J., en Corina Adela et al. (1997). *Rentabilidad de la ética para la empresa*. Fundación Argentina, Madrid. P. 209.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada: La empresa y los proveedores⁽¹⁾

Algunas interrogantes previas:

1. ¿Declaran los proveedores importadores que en su país de origen los productos han sido elaborados según lo legalmente establecido en dicho país?
2. ¿Garantiza el proveedor que se ha respetado la edad de los niños para evitar el trabajo infantil, la desigualdad de la mujer o los trabajos forzados?
3. ¿Se aplican sistemas de prevención de riesgos laborales a los trabajadores?
4. ¿Se respeta el medio ambiente en la utilización de materias primas y en el tratamiento de residuos?
5. ¿Hay un compromiso de los proveedores con respecto a estas condiciones?
6. ¿Se cumplen los Derechos Humanos en el país de origen a la hora de elaborar los productos?
7. ¿Se prescinde del proveedor si no se respetan estas condiciones?
8. ¿Tiene certificación ética? ¿Se intenta evitar los litigios innecesarios con proveedores?
9. ¿Hay registro de las acciones legales llevadas a cabo contra proveedores?
10. ¿Hay intercambio de información con los proveedores en materia de Calidad y Riesgo Laborales?

(1) Álvarez Rivas, D. et al. (2004). 100 preguntas básicas sobre ética de la empresa. P. 84.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada: La empresa y los proveedores⁽¹⁾

1. Respeto y equidad dentro de la libre competencia;
2. Respetar su organización interna y su proyección exterior;
3. No tomar decisiones que puedan afectar a las marcas de los proveedores;
4. Utilizar lealmente la información confidencial de los proveedores sin imponer condiciones gravosas;
5. Facilitar que los proveedores cumplan su normativa.

(1) Álvarez Rivas, D. et al. (2004). 100 preguntas básicas sobre ética de la empresa. P. 84.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada: La empresa y la competencia⁽¹⁾

Algunas interrogantes:

1. ¿Tiene establecidas la empresa fórmulas de arbitraje para resolver los conflictos con la competencia?
2. ¿Se registran las denuncias recibidas?
3. ¿Participa la empresa en asociaciones y foros de carácter empresarial junto con sus competidores?
4. ¿Posibilita el diálogo, el intercambio de experiencias y las relaciones personales?
5. ¿Busca la empresa información por vías ilegales?
6. ¿Se comprometen con declaración jurada los trabajadores a no buscar información por vías ilegales?
7. ¿Hay algún tipo de espionaje industrial?
8. ¿Hay un compromiso escrito de no difundir información falsa o tendenciosa en contra de los competidores?
9. ¿Se priorizan los acuerdos amistosos sobre las acciones legales?
10. ¿Se actúa en régimen de monopolio de acuerdo con la competencia?
11. ¿Hay compromisos de evitar la competencia desleal?

(1) Álvarez Rivas, D. et al. (2004). 100 preguntas básicas sobre ética de la empresa. P. 82.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada: la empresa y los consumidores:

(La Teoría del Contrato)⁽¹⁾

Reglas para la calidad ética del contrato:

Primera: ambas partes deben tener pleno conocimiento de la naturaleza del acuerdo a que van a llegar.

Segunda: ninguna de las dos partes debe intencionadamente desfigurar los hechos de la situación contractual a la otra parte.

Tercera: ninguna de las dos partes debe ser forzada a entrar en el contrato bajo coacción o presión indebida.

(1) Gorosqueta, Javier (1996). Ética de la empresa - Teoría y casos prácticos, Ediciones Mensajero S.A., Bilbao, España, P. 156.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada: la empresa y los consumidores:

(La Teoría del cuidado debido)⁽¹⁾

- ❖ ... se basa en la idea de que compradores y vendedores no acuden al contrato como iguales y de que los intereses del consumidor son particularmente vulnerables por la discrecionalidad del fabricante que tiene un conocimiento y una destreza de los que el consumidor carece.
- ❖ La doctrina del *caveat emptor* es aquí reemplazada por una débil versión de la doctrina del *caveat vendor*. El fabricante viola su deber y es negligente cuando falla en ejercer el cuidado que una persona razonable podría considerar necesario para evitar que otros sean dañados por el uso del producto.

(1) Gorosqueta, Javier (1996). Ética de la empresa - Teoría y casos prácticos, Ediciones Mensajero S.A., Bilbao, España, P. 156.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada: la empresa y los consumidores:

(La Teoría de los Costes Sociales)⁽¹⁾

- ❖ ... el fabricante debería pagar los costes de todos los daños originados por cualesquiera defecto en el producto, aun cuando el fabricante haya ejercido todo el debido cuidado en el diseño y la manufactura del producto y haya tomado todas las precauciones razonables para prevenir a los usuarios de cualquier peligro posible.
- ❖ ... es una versión muy fuerte del *caveat vendor*: que el vendedor cubra los riesgos del comprador.
- ❖ Los argumentos utilitaristas a favor de esta teoría sostienen que los costes externos de los daños que resultan de defectos inevitables en el diseño de un artefacto, forman parte de los costes que una sociedad debe pagar por producir y usar un artefacto.

(1) Gorosqueta, Javier (1996). Ética de la empresa - Teoría y casos prácticos, Ediciones Mensajero S.A., Bilbao, España, P. 156.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Derechos básicos del consumidor:

(Consejo de Europa, 17.5.73 y 14.4.75) ⁽¹⁾

1. Derecho a la protección de la salud y la seguridad de los consumidores.
2. Derecho a la protección de los intereses económicos de los consumidores.
3. Derecho a la reparación de daños.
4. Derecho a la información y educación.
5. Derecho a la representación.

⁽¹⁾ Gorosquieta, Javier (1996). Ética de la empresa – Teoría y casos prácticos, Ediciones Mensajero S.A., Bilbao, España, P. 160.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética, empresa y ecología: ⁽¹⁾

... "Hoy, el auténtico pensamiento progresista y de vanguardia ya no está centrado como antes en las cuestiones sociales sino en las ecológicas. ... Si la ética de los años cincuenta y sesenta fue fundamentalmente "social", la de los años ochenta y noventa está siendo "ecológica" (Gracia, Diego, Ecología y bioética, en Gafo, Javier (Ed.), "Ética y Ecología", Publicaciones de la Universidad Pontificia Comillas, Madrid, 1991). "

❖ Comunidad Europea (1973):

1. Principio de prevención.
2. Principio de evaluación del impacto ambiental.
3. Principio de utilización racional de los recursos naturales.
4. Principio de vinculación a los conocimientos científicos y técnicos.
5. Principio "quien contamina paga".
6. Principio de solidaridad y cooperación internacional.
7. Principio de nivel más apropiado de intervención.
8. Principio de coordinación y armonización de los niveles de acción.

⁽¹⁾ Gorosquieta, Javier (1996). Ética de la empresa – Teoría y casos prácticos, Ediciones Mensajero S.A., Bilbao, España, P. 209.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada: La empresa y la administración pública ⁽¹⁾

Interrogantes básicas:

1. ¿Hay un inventario de los asuntos que se tienen con las diferentes Administraciones?
2. ¿Con qué organismos públicos se tiene relación?
3. ¿Se informa a la Administración? ¿Periódicamente?
4. ¿Sólo en las actuaciones que mejoran la imagen ética de la empresa?
5. ¿Las invitaciones a funcionarios son exclusivamente fruto de intereses estrictamente profesionales?
6. ¿Los costos de las invitaciones son estrictamente los de la actividad desarrollada?
7. ¿Se prohíben regalos o atenciones por actividades profesionales?
8. ¿Los gastos están dentro de los niveles normales establecidos por la propia Administración?

⁽¹⁾ Álvarez Rivas, D. et al. (2004). 100 preguntas básicas sobre ética de la empresa, P. 102.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada: La empresa y la publicidad ⁽¹⁾

1. Veracidad del mensaje;
2. Estilo publicitario respetuoso;
3. Respeto hacia las personas y grupos sociales;
4. Respeto a la fama, honor y propia imagen;
5. Respeto a la intimidad y a la privacidad;
6. Lealtad con la competencia.

⁽¹⁾ Álvarez Rivas, D. et al. (2004). 100 preguntas básicas sobre ética de la empresa, P. 131.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada – Responsabilidades del profesional del Marketing: ⁽¹⁾

- En el área de desarrollo y administración de productos
 - Declaración informativa de todos los riesgos importantes asociados al uso del producto o servicio.
 - Identificación de la sustitución de cualquier componente del producto que pudiera cambiarlo materialmente o incidir en la decisión de compra.
 - Identificación de características adicionales que incrementen el costo.
- En el área de promociones
 - Abstenerse de realizar publicidad falsa o engañosa.
 - Rechazar manipulaciones de gran presión o tácticas engañosas de ventas.
 - No efectuar promociones de ventas que se sirven de engaño o manipulación.
- En el área de la distribución
 - No manipular la disponibilidad de un producto con fines de explotación.
 - No utilizar la coerción en el canal de marketing.
 - No ejercer excesiva influencia sobre la decisión de los intermediarios de vender un producto.

⁽¹⁾ Código de Ética de la American Marketing Association, según Ramos Hidalgo, E. (2001). La ética del marketing: importancia de la ética y responsabilidad social para la efectividad organizacional, Tesis doctoral, Caja San Fernando, Sevilla.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada – Responsabilidades del profesional del Marketing: ⁽¹⁾

- En el área de los precios
 - No manipular los precios.
 - No caer en la práctica de precios predatorios.
 - Dar a conocer el precio total asociado a cualquier compra.
- En el área de la investigación de mercados
 - Prohibir la venta o la recaudación de fondos bajo el pretexto de llevar a cabo una investigación.
 - Conservar la ética de la investigación no presentando los datos pertinentes en forma tendenciosa ni omitiéndolos.
 - Tratar con equidad a los clientes y proveedores externos.

⁽¹⁾ Código de Ética de la American Marketing Association, según Ramos Hidalgo, E. (2001). La ética del marketing: importancia de la ética y responsabilidad social para la efectividad organizacional, Tesis doctoral, Caja San Fernando, Sevilla.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Empresarial según los Stakeholders (1)

Estandar Ético - Investigación de Villafañe y As., España, 2003: **Importancia Máxima: 10.**

1. Empleados.
 - a. Remuneración acorde con la responsabilidad (8.1).
 - b. Desarrollo profesional (8.0).
 - c. Armonía entre la vida profesional y la personal (7.7).
 - d. Participación (7.6).
2. Directivos.
 - a. Remuneración acorde con la responsabilidad (8.1).
 - b. Relación adecuada entre la autonomía y el equipo(7.8).
 - c. Armonía entre la vida profesional y la personal (7.7).
 - d. Desarrollo profesional (7.3).
3. Clientes.
 - a. Información veraz y completa (9.1).
 - b. Máxima calidad (8.8).
 - c. Atención adecuada de las reclamaciones (8.6).

(1) Villafañe, Justo (2004), La buena reputación: claves del valor intangible en las empresas, Ediciones Pirámide, Madrid, P.66.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Empresarial según los Stakeholders (1)

Estandar Ético - Investigación de Villafañe y As., España, 2003: **Importancia Máxima: 10.**

4. Inversores
 - a. Veracidad de la información (8.8).
 - b. Transparencia en la gestión (8.3).
 - c. Independencia de los consejeros (8.1).
 - d. Grado de representación de los accionistas minoritarios (7.7).
5. Sociedad.
 - a. Compromiso social de la empresa (8.2).
 - b. Compromiso medioambiental de la empresa (8.2).
6. Proveedores.
 - a. Rechazo a sobornos (9.3).
 - b. Política de precio justa (8.3).
 - c. Política clara de compras a proveedores (8.0).
7. Competidores.
 - a. Evitar la publicidad engañosa (8.6).
 - b. Favorecer la libre competencia (8.3).

(1) Villafañe, Justo (2004), La buena reputación: claves del valor intangible en las empresas, Ediciones Pirámide, Madrid, P.66.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada: CERTIFICACIONES(1)

- **Norma AA-1000 (Europa)**, realizada en 1999 por el Institute of Social and Ethical Accountability (ISEA): el proceso está dirigido a mejorar la rendición de cuentas social y medioambiental;
- **Certificación SA 8000**: nace de las propias empresas en EEUU, para certificar cualquier sector industrial en cualquier país;
- **Código de la Clean Clothes International Campaign**: promueve la transparencia en las multinacionales del sector textil en varios países de Europa y en EEUU; incluye visitas sin previo aviso y entrevistas a trabajadores en condiciones de confidencialidad.

(1) Álvarez Rivas, D. et al. (2004), 100 preguntas básicas sobre ética de la empresa, P. 146.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética aplicada: SELLOS y ETIQUETAS(1)

- **Etiqueta Rugmark**: certifica que la alfombras están hechas en India, Nepal y Pakistán, sin mano de obra infantil;
- **Etiqueta Ecológica Europea**: creada por la UE para promover la producción y uso de productos con menor impacto ambiental, un órgano competente en cada Estado (en España es AENOR) se encarga de la concesión;
- **AENOR Medio Ambiente**: es más una autorregulación del sector empresarial;
- **Sellos de comercio justo**: Los sellos europeos: Fairtrade, Maxhavelaar, Transfair se han fusionado en uno sólo bajo la gestión de FLO (Fair Trade Labelling Organization International). Su función primordial es recolectar datos y auditar los productos marcados con el sello, en todo su recorrido, desde el productor hasta el supermercado;
- **Certificación forestal FSC (Forest Stewardship Council)**: de ámbito mundial, certifica la gestión forestal y la cadena de producción.

(1) Álvarez Rivas, D. et al. (2004), 100 preguntas básicas sobre ética de la empresa, P. 146.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Filosofía y Ética Económica ...

1. **El economicismo** (o análisis económico): propone como ideal ético las características del modelo teórico de la **competencia perfecta**. Nos encontramos ante una economía autónoma, encerrada en sí misma; dónde la ética no encuentra espacio;
2. **El positivismo**: identifica lo legalmente permitido con lo éticamente bueno. ... lo ético acaba fundiéndose (confundiéndose) con lo legal. Bien y mal quedan reducidos, por tanto, a licitud o ilicitud. La ética, aunque necesita normas, es algo más que normas: no puede concebirse simplemente como un "conjunto de reglas para hacer o respetar";
3. **El tecnicismo**: defiende que todo lo técnicamente eficaz es, sin más, éticamente bueno. ... detrás de esta postura suele latir la idea de que el hombre será más "libre" en la medida en que la técnica y el progreso (científico) avancen. ... una naturaleza explotada sin límite alguno ... desastres ecológicos ... los peligros de la manipulación genética ... ponen de relieve el hecho de que la idea del progreso por el progreso puede llegar a convertirse en una amenaza para el hombre ... **Todo progreso, toda técnica, necesita de orientaciones éticas; no puede constituirse ella misma en ética.**

(1) Camino, Eduardo (2004), Ética de la especulación financiera, Unión Editorial S. A., Madrid, P. 119.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Distintas visiones sobre Ética ...

1. **La Ética Hedonista**: ... el saber ordenado a la producción de una buena (o de la mejor) situación vital para, originariamente, el individuo y, actualmente, la colectividad. Sus ideas han encontrado buena acogida en ámbito económico, donde resulta sencillo sustituir la expresión "máximo placer" por "máximo beneficio" (utilitaristas);
2. **La Ética Normativa**: ... una razón que de manera autónoma determina la eticidad de los actos y lo hace no en referencia al ser de las cosas, sino al deber ser (recogido en la ley). Las acciones son buenas o malas en virtud de una racionalidad ética a priori. Kant antepone a la percepción del bien, la ley y el deber.
3. **La Ética Discursiva o Dialógica**: ... "reconocer que la razón humana es dialógica y que, por tanto, no se puede decidir qué normas son morales si no es a través de un diálogo que se celebre entre todos los afectados por ellas y que llegue a la convicción por parte de todos de que las normas son correctas" (A. Cortina, Ética de la empresa, Trotta, Madrid, 1994).

(1) Camino, Eduardo (2004), Ética de la especulación financiera, Unión Editorial S. A., Madrid, pp. 127, 129 y 133.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La PERSPECTIVA ÉTICA DE LA TERCERA PERSONA ...⁽¹⁾

“... para valorar éticamente una acción, se sitúa bajo la mirada de un espectador o agente externo, de un juez «imparcial» que «desde fuera» juzga lo «ajeno», decide si lo que otro hace es o no ético”.

1. Acciones correctas (*right*) o incorrectas (*wrong*), en vez de buenas o malas. ... una norma, una convivencia social, etc. así lo han determinado.
2. La necesidad de que gentes “tan distintas” (cada uno con sus ideas) puedan llegar a convivir. “La ética se convierte en ciencia para salvaguardar la convivencia en una determinada situación histórica-temporal entre “gentes (con intereses) tan dispares” (G. ABBÁ, *Felicidad, vida buena y virtud*, Eunsas, Barcelona, 1992).

(1) Camino, Eduardo (2004), *Ética de la especulación financiera*, Unión Editorial S. A., Madrid pp. 140.

La PERSPECTIVA ÉTICA DE LA PRIMERA PERSONA ...⁽¹⁾

- La ética antigua, de los filósofos griegos y, con algunas transformaciones, de la moral de San Agustín y Sto. Tomás.
- No preocupa ya tanto el resultado positivo de la acción (que obviamente no se ignora), ni el tratar de conseguir una convivencia pacífica ..., sino **valorar si con ella me hago mejor o peor persona**.
- “A partir del siglo XIV la ética de las virtudes deja de ser la figura de Ética dominante, con lo que la virtud cambia de significado y pasa a ser un concepto residual del que se acabará por prescindir...” (A. Rodríguez Luño, *Ética General*, Eunsas, Pamplona, 2001).
- La vida humana como un todo, “entendiendo correctamente la propia vida en su totalidad, se puede cumplir rectamente las elecciones particulares y se puede vivir cada jornada de manera que refleje la calidad moral de nuestra entera vida” (J. Annas, *La morale della felicità in aristotele e nei filosofi dell’età ellenistica*, Vita e Pensiero, Milano, 1997).

(1) Camino, Eduardo (2004), *Ética de la especulación financiera*, Unión Editorial S. A., Madrid pp. 144.

Kant (1724-1804) y la Ética (Objetivo: la justicia) ...

➤ **El Imperativo Categórico:** ... que cada uno sea tratado como persona libre igual a cualquier otra.

➤ Dos formulaciones:

- Nunca he de actuar excepto de tal manera que yo pueda también querer que mi criterio pueda convertirse en ley universal.
- Una acción personal es moralmente recta si y solamente si, al ejecutar la acción, esa persona no utiliza a los demás meramente como medios para promover sus propios intereses, sino que respeta y favorece su capacidad de decidir libremente por sí mismos.

(1) Gorosquieta, Javier (1996), *Ética de la empresa - Teoría y casos prácticos*, Ediciones Mensajero S.A., Bilbao, España, P. 24.

Kant y el Imperativo Categórico

Una formulación alternativa (Norman E. Bowie):

➤ **El Imperativo Categórico:** ... y la razón, su base.

➤ Tres formulaciones:

- *Obra de tal modo que puedas querer que el motivo que te ha llevado a obrar sea una ley de observancia universal;*
- *Trata siempre la humanidad de una persona como un fin, y nunca solamente como un medio;*
- *Actúa como si pertenecieras a un reino ideal de fines en el cual fueras súbdito y soberano al mismo tiempo.*

(1) Frederick, Robert E. (1999), «A companion to Business Ethics», Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. *La ética en los negocios* (2001), Oxford University Press México, S.A., México, P. 4.

Un enfoque kantiano de las organizaciones ⁽¹⁾

1. La compañía debe tener en cuenta los intereses de todos los afectados en todas las decisiones que tome;
2. La compañía debe conseguir la participación de los afectados por las reglas y políticas de la empresa en la determinación de éstas, antes de ponerlas en práctica;
3. No debe ocurrir que, para todas las decisiones, los intereses de un participante automáticamente tengan prioridad;
4. Cuando surja una situación en la que, al parecer, los intereses de un grupo de participantes debe subordinarse a los intereses de otros grupos, la decisión no debe tomarse exclusivamente con base en que hay un número mayor de interesados en un grupo que en otro;
5. No puede adoptarse ninguna regla o práctica comercial que sea incongruente con las primeras dos formulaciones del imperativo categórico;
6. Toda compañía con fines lucrativos tiene un deber limitado, pero genuino, de beneficencia;
7. Toda compañía comercial debe establecer procedimientos diseñados para garantizar que las relaciones entre los miembros se rijan por reglas de justicia.

(1) Frederick, Robert E. (1999), «A companion to Business Ethics», Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. *La ética en los negocios* (2001), Oxford University Press México, S.A., México, P. 12.

La Ética Empresarial de Matriz Aristotélica ⁽¹⁾

➤ ... “lo que necesitamos en la ética empresarial es una teoría de la práctica, dar cuenta de los negocios como una actividad completamente humana en la cual la ética provee no simplemente de un conjunto abstracto de principios o constricciones o de un ocasional recordatorio de la escuela dominical, sino del verdadero marco de referencia de la actividad empresarial” (Solomon, R.C., 1993, *Ethics and Excellence. Cooperation and Integrity in Business*, Oxford: Oxford University Press, p. 99).

➤ En definitiva, este enfoque critica a la ética empresarial que haya estado tradicionalmente más ocupada en considerar las acciones que los agentes (Klein, 1989).

(1) Lozano Soler, J., en Corina Adella et al. (1997), *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentina, Madrid, P. 67.

La "Empresa Desmoralizada" (1)

- ❖ ... «es una empresa desmoralizada la que, ignorando el fin propio de la actividad empresarial (la producción de riqueza para satisfacer las necesidades humanas), carece de un proyecto compartido en el que merece la pena emplear las fuerzas o la que lo ha olvidado y la que carece de fuerzas para llevarlo adelante; la que no considera la calidad de sus productos como el valor más elevado de su tarea; pero también la que, descuidando la naturaleza misma de la empresa como grupo humano, al servicio de grupos humanos, mantiene relaciones ad intra y ad extra puramente instrumentales, como si la pura instrumentalización, sin dosis alguna de comunicación, fuera la relación propia del mundo empresarial»

(1) Cortina, Adela et al. (1997), *Responsabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentina, Madrid, P. 93.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

El debate ético y los valores (1)

Las tres categorías según Santiago García Etcheverría:

- ❖ Los valores propios del avance de las ciencias empíricas y positivas que afectan a la tecnología y a la economía. Estos poseen una activa dinámica de cambio;
- ❖ Los valores éticos que descansan en la razón de la persona, y que poseen un carácter antropológico. Los procesos de cambio en estos valores son más difíciles, y exigen a la par un cambio de determinadas concepciones antropológicas; y
- ❖ Los valores morales, entendidos en sentido más trascendental, que están insertos en la cultura vivida, y en los proyectos concretos de vida buena, y que por tanto son asumidos como algo natural y no aceptan fácilmente la transformación.

(1) Lozano Aguilar, J. F., en Cortina Adela et al. (1997), *Responsabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentina, Madrid, P. 98.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Empresa Ciudadana: imagen y credibilidad (1)

- **Cultura de Imagen:** "las percepciones, las opiniones y las experiencias que configuran una representación mental vinculada a valores, y esta representación mental, en la medida en que es compartida por una sociedad, se incorpora al imaginario colectivo: es la imagen de marca" (T. Greener, 1995).
- **La Empresa Ciudadana:** "...la forma de entender la comunicación empresarial en la edad de un individualismo responsable donde la empresa está obligada a invertir en solidaridad (Schnapper D., 1996).
- Inversión y tres objetivos:
 - Quedar en posición más fuerte para exigir al estado medidas que se ajusten sus intereses;
 - Administrar una nueva relación con el público porque las motivaciones de los consumidores y los trabajadores han cambiado. El consumidor busca productos que le permitan identificarse, diferenciarse y ajustar sus ideales morales a sus prácticas de consumo;
 - Generar una cultura organizativa que no esté basada únicamente en el éxito económico o el individualismo despiadado. Las acciones de solidaridad emprendidas por las empresas pueden ser factores de motivación para los trabajadores que encuentran ahí focos de orgullo, utilidad y reconocimiento social.

(1) Moratilla, A., en Cortina Adela et al. (1997), *Responsabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentina, Madrid, P. 172.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Empresarial Dialógica (1)

- ❖ **El propósito:** es partir de un enfoque integrativo, que tenga en cuenta el sentido propio de la actividad empresarial y la dimensión moral que, como toda actividad humana, posee.
- ❖ **El principio básico:** "Una acción o decisión empresarial, al igual que la empresa como institución, podrá considerarse ética cuando encuentre o pueda encontrar el acuerdo o consenso de todos los afectados por sus consecuencias" (Ulrich, P. (1993), *Integrative Wirtschafts- und Unternehmensethik, ein Rahmenkonzept*, St. Gallen, IWE, nº 55).
- ❖ **Advertencia:** no debemos confundir esta exigencia del diálogo y posterior acuerdo con un consenso fáctico, con los acuerdos que en cada situación concreta podamos alcanzar. Se trata de un principio ético, es decir, de una regla de actuación que funciona como una brújula, un indicador de la dirección que debemos seguir, un horizonte de acción

(1) García-Marzá, D. en Cortina Adela et al. (1997), *Responsabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentina, Madrid, P. 231.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Hacia la Ética de la Virtud (1)

- **Kant:** los principios;
- **Bentham:** las consecuencias;
- **Aristóteles, Nietzsche, Confucio (Hume y Smith):** la persona que realiza el acto a la luz de la circunstancias y de todos los demás actos. El centro de la atención está en el carácter de la persona, o bien en aquellos rasgos del carácter expresados en éste y otros actos: sus virtudes.

(1) Solomon, R. en Frederick, Robert E. (1999), «A comparison to Business Ethics», Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. La ética en los negocios (2001), Oxford University Press México, S.A., México, P. 35.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética y Responsabilidad Social Corporativa (1)

Significado de RSC – Un concepto ético:

... una corporación privada tiene responsabilidad con la sociedad que van más allá de la producción de bienes y servicios que producen utilidades. Una corporación tiene que servir a un público mucho más amplio del que constituyen los grupos con los que tiene un vínculo económico directo. El término "grupos de participantes en la empresa" se ha usado comúnmente para expresar este conjunto más amplio de responsabilidades.

(1) Buchholz, R. y Rosenthal, S., en Frederick, Robert E. (1999), «A comparison to Business Ethics», Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. La ética en los negocios (2001), Oxford University Press México, S.A., México, P. 366.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética y Responsabilidad Social Corporativa ⁽¹⁾

Fundamentos para su implementación:

1. Las compañías tienen que adaptarse al cambio social si esperan sobrevivir;
2. Deben adoptar un punto de vista de largo plazo de sus propios intereses, y contribuir a solucionar los problemas sociales con el propósito de crear un mejor ambiente para su desenvolvimiento;
3. Las compañías se formarán una mejor imagen pública si son responsables en el aspecto social;
4. Es posible evitar la regulación gubernamental si las empresas satisfacen las expectativas sociales cambiantes de la sociedad;
5. Las compañías cuentan con enormes recursos que serían útiles para resolver problemas sociales;
6. Es factible transformar los problemas sociales en oportunidades de negocios lucrativos;
7. Las compañías tienen la obligación moral de contribuir a resolver los problemas sociales que han creado o perpetuado.

⁽¹⁾ Buchholz, R. y Rosenthal, S. en Frederick, Robert E. (1999), «A comparison to Business Ethics», Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. La ética en los negocios (2001), Oxford University Press México, S.A., México, P. 367.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética y Responsabilidad Social Corporativa ⁽¹⁾

Argumentos negativos:

1. El concepto de responsabilidad social no ofrece ningún mecanismo para determinar la responsabilidad relativa al uso de los recursos corporativos;
2. Los gerentes están obligados legal y éticamente a obtener el índice de rendimiento más alto posible sobre la inversión de los accionistas;
3. La responsabilidad social representa una amenaza a la naturaleza pluralista de nuestra sociedad;
4. Los ejecutivos de las compañías tienen poca experiencia y poco o ningún incentivo para solucionar problemas sociales;
5. La responsabilidad social es, en esencia, una doctrina subversiva que debilitará los cimientos del sistema de libre empresa.

Milton Friedman: ¿quién nombró o eligió a los ejecutivos y gerentes de las empresas para determinar qué es bueno para el bienestar de una nación?

Una responsabilidad difusa: ¿quiénes entre los proponentes de la ética de la virtud o de los participantes en la empresa asumirá la responsabilidad de la decisión?

⁽¹⁾ Buchholz, R. y Rosenthal, S. y McMahon, T. en Frederick, Robert E. (1999), «A comparison to Business Ethics», Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. La ética en los negocios (2001), Oxford University Press México, S.A., México, P. 423.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Empresarial y las multinacionales ⁽¹⁾

Guía de OCDE más Argentina, Brasil y Chile (2000):

1. Contribuir al progreso económico, social y medioambiental con el objetivo de alcanzar un desarrollo sostenible.
2. Respetar los derechos humanos de los afectados por las actividades de la empresa.
3. Fomentar la capacidad local apoyando la colaboración con la comunidad local, incluyendo los intereses económicos.
4. Fomentar la formación del capital humano, especialmente creando oportunidades laborales y dando posibilidades de formación.
5. Renunciar a buscar o aceptar exenciones a las normativas vigentes sobre medio ambiente, condiciones laborales o salud e higiene laboral.
6. Apoyar el desarrollo de los principios para el buen gobierno de las sociedades.

⁽¹⁾ Lozano Aguilar, J. Félix (2004), Códigos éticos para el mundo empresarial, Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 79.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Empresarial y las multinacionales ⁽¹⁾

Guía de OCDE más Argentina, Brasil y Chile (2000):

7. Desarrollar y aplicar efectivamente medidas de autocontrol y sistemas de Management que faciliten las relaciones de confianza entre la empresa y la sociedad.
8. Promover la toma de conciencia por parte de los empleados de la necesidad de cumplir con las políticas de empresa.
9. Renunciar a tomar acciones discriminatorias o disciplinarias contra empleados que hagan críticas de buena fe.
10. Fomentar la adhesión de los socios comerciales a los principios o códigos de conducta compatibles con las guías.
11. Abstenerse de tomar partido de forma impropia en actividades políticas locales.

⁽¹⁾ Lozano Aguilar, J. Félix (2004), Códigos éticos para el mundo empresarial, Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 79.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La integración de la Ética a las organizaciones ⁽¹⁾

Enfoques alternativos:

1. **El enfoque de cumplimiento (compliance approach):** cuyo objetivo es establecer un sistema de incentivos y castigos de tal forma que consigamos que las personas cumplan las normas;
2. **El enfoque de integridad (integrity approach):** busca el compromiso voluntario con unos valores compartidos fruto del consenso (Steinmann y Schererm 1998b; Paine, 1994);
3. **El enfoque a la persona:** tiene como objetivo cambiar la conciencia de éstas y sus motivaciones para actuar. Estos mecanismos, entre los que cabe destacar los procesos de formación ética, los credos corporativos y los foros de discusión, no son sólo el uso de argumentos racionales, sino que también se apela frecuentemente a aspectos simbólicos y cuestiones afectivas.
4. **El enfoque estructural:** tienen el objetivo de crear unas condiciones tales en las que la actuación ética de las personas no sólo sea posible, sino que sea "el único" camino posible. Entre estos mecanismos cabe destacar los códigos deontológico profesionales, las auditorías éticas, y las normativas estatales y supranacionales.

⁽¹⁾ Lozano Aguilar, J. Félix (2004), Códigos éticos para el mundo empresarial, Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 57.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La evolución de los Códigos de Conducta ⁽¹⁾

Sucesivas generaciones según Mendes y Clark (1996):

1. **La primera generación:** Centrada en los conflictos de interés, donde lo racional es proteger a la compañía de sus empleados, los que debían obedecer las leyes y ser leales a la compañía;
2. **La segunda generación:** Se preocupa más por la conducta de las personas que trabajan en la compañía, centrándose en los temas que se refieren expresamente a los sobornos y comisiones;
3. **La tercera generación:** Incorpora el respeto de los derechos de los empleados y las relaciones con los clientes y proveedores;
4. **La cuarta generación:** Se centra en la protección del medio ambiente y el respeto de las comunidades en las que realizan su actividad; y
5. **La quinta generación:** Se tiene muy en cuenta las condiciones en las que se invierte en determinados países, si se respetan o no los derechos humanos y el papel de la legislación. La exigencia de responsabilidad que se le plantea a las grandes compañías y que viene recogida en estos códigos, va más allá de cumplir con la legalidad vigente.

⁽¹⁾ Lozano Aguilar, J. Félix (2004), Códigos éticos para el mundo empresarial, Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 69.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Mecanismos de autorregulación de la Ética Empresarial: (1)

1. **Códigos de conducta;**
2. **Códigos profesionales;**
3. **El ombudsman (persona independiente de la empresa que tramita las reclamaciones de los afectados y comprueba la calidad de los servicios ofrecidos);**
4. **La formación ética (cursos que la empresa imparte);**
5. **Los comités de ética;**
6. **Audidores y consultores de Ética Empresarial;**
7. **Departamento de Ética Empresarial (sus funciones son coordinar grupos de trabajo o comités éticos, promover estudios, etc);**
8. **El defensor de la clientela (personas de reconocido prestigio que las grandes empresas establecen para arbitrar disputas y conflictos entre los clientes y la empresa).**

(1) Álvarez Rivas, D. et al. (2004). 100 preguntas básicas sobre ética de la empresa. P. 15.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Principios generales sobre Códigos Éticos:(1)

- **Equivalencia:** obligación mutua entre comprador y vendedor;
- **Justicia distributiva:** relaciones entre directivos y subordinados;
- **Justicia contributiva:** relaciones entre el individuo y el grupo de pertenencia.

(1) O Boyle y Dawson; 1992, en Martín Jiménez, 1997. Tesis Doctoral.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Contenido de los Códigos Éticos: (1)

- ✓ **Relaciones de empleo;**
- ✓ **Protección al consumidor;**
- ✓ **Contaminación ambiental;**
- ✓ **Participación política;**
- ✓ **Derechos humanos básicos.**

(1) Frederick, Robert E. (1999). «A companion to Business Ethics». Blackwell Publishers Ltd., tr. esp. La ética en los negocios (2001). Oxford University Press México S.A., México.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los Códigos de Ética (1)

- ❑ **Definición:** "La voluntad de formular, reflexivamente, las responsabilidades compartidas en una organización y de expresar públicamente los criterios, los valores y las finalidades que la identifiquen (Lozano, J. Ma., 1997, p. 186).
- ❑ **Beneficios internos:** (a). *Motivar a los empleados;* (b). *Poner cotas al poder del empresario o directivo;* (c). *Lograr una homogeneización cultural;* (d). *Obtener una mayor rentabilidad reduciendo costes funcionales.* "Los códigos y los valores que proponen, mejoran la eficiencia reduciendo la necesidad de más supervisión directiva de la conducta de los empleados" (Manley, 1992, p.10).
- ❑ **Beneficios externos:** (a). *Anticiparse a situaciones problemáticas, antes de que estén reguladas por la ley;* (b). *Mejorar la confianza de los inversores;* (c). *Atraer a personas de alta cualificación;* (d). *Mejorar la imagen corporativa;* y (e). *El desarrollo de la ética repercute en el interés de la economía misma.* (Bowie, 1992; Manley, 1992; Lozano, J. Ma., 1999).

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial. Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 183.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La elaboración de Códigos de Ética (1)

Los doce dilemas según Kaptein y Wempe (1998):

1. **La voluntad de tener pronto un documento y la necesidad de un proceso pausado de maduración;**
2. **La incompatibilidad entre la diversidad y la unidad (un conjunto de valores cerrado, coherente y consistente para todos los miembros de la organización, o debe dejar espacio a la pluralidad);**
3. **La formulación en positivo y la formulación en negativo (explicando los objetivos de la organización y cómo quiere conseguirlos u optar por una redacción censuradora);**
4. **Dar normas de conducta o apelar a la intención de la acción (esta última implica confiar más en las personas y un proceso más largo de formación y acompañamiento en el desarrollo del código ético);**
5. **Hacer una descripción de las cuestiones morales actuales o presentar los ideales que se deben conseguir;**

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial. Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 183.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La elaboración de Códigos de Ética (1)

Los doce dilemas según Kaptein y Wempe (1998):

6. **Optar por enunciar unos ideales ambiciosos o unos objetivos realistas;**
7. **Detallado o conciso;**
8. **Un código concreto o un código general;**
9. **Optar entre el énfasis interno o externo en la elaboración del código ético;**
10. **Si debemos imponerlo o proponerlo;**
11. **Si debemos dejar el control del cumplimiento a la corresponsabilidad de los miembros de la organización o tomar medidas de control interno;**
12. **Optar por perdonar las conductas inmorales pasadas o dar un perdón general.**

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial. Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 183.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los Códigos Éticos basados en valores ⁽¹⁾

Ventajas de un cuerpo de valores coherentes, reconocidos y compartidos:

- ❑ Los valores llevan implícitos aspectos cognitivos y emotivos. Los valores se dirigen a genera adhesión y compromiso de la voluntad; apelan a la razón y al "corazón". Las personas se apasionan con los valores, no con las normas;
- ❑ Los valores son más flexibles, entendiendo aquí por flexibles que son más adaptables a las situaciones concretas;
- ❑ Los valores son más estables. Cuando los valores se han interiorizado y llegan a asumirse reflexivamente, el proceso de cambio exige un período de tiempo considerable;
- ❑ Los valores dejan mayor espacio -y exigen más!- a la libertad personal.

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial, Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 192.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los Códigos Éticos basados en valores ⁽¹⁾

Sustrato ético y valores prioritarios:

- ❑ **Libertad:** De acción, expresión y conciencia, como uno de los valores irrenunciables de las sociedades modernas;
- ❑ **Igualdad:** "Lograr para todos iguales oportunidades de desarrollar sus capacidades, corrigiendo las desigualdades naturales y sociales, y ausencia de dominación de unos hombres por otros, ya que todos son iguales en cuanto autónomos y en cuanto capacitados para ser ciudadanos (Cortina, 1994, p. 40);
- ❑ **Respeto activo:** La predisposición a respetar proyectos ajenos;
- ❑ **Ethos dialógico:** La actitud de quien "tiene a los demás hombres y a sí mismo como seres autónomos, igualmente capaces de dialogar sobre las cuestiones que les afectan, y que está dispuesto a atender a los intereses de todos ellos a la hora de tomar decisiones (Cortina, 1994, p. 42).

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial, Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 197.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los Códigos Éticos basados en valores ⁽¹⁾

Las tres fases para su elaboración:

1. **Primer Fase: Análisis. Estudio de la organización y su entorno cultural;**
 - a. Análisis de la estructura;
 - b. Análisis de la cultura;
 - c. Análisis del "entorno-mercado"; (es muy importante conocer las opiniones y las aspiraciones de los Stakeholders sobre la realidad y el futuro de la empresa);
 - d. Análisis del entorno jurídico, político y social;
2. **Segunda Fase: Análisis crítico. Evaluación crítica del análisis original y primera propuesta normativa;**
3. **Tercera Fase: Propuesta. Desarrollo de la propuesta definitiva.**

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial, Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 203.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los Códigos Éticos basados en valores ⁽¹⁾

La fase transversal de sensibilización y formación. Objetivos:

1. La sensibilización hacia la problemática ética en las organizaciones;
2. La formación conceptual en ética y valores de los participantes en el proceso de elaboración de un código ético;
3. La recogida de ideas y aportaciones para el contenido del código; y
4. El desarrollo de una conciencia moral posconvencional que se guíe por la perspectiva de los intereses universalizables.

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial, Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 203.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los Códigos Éticos basados en valores ⁽¹⁾

Doce medidas para su aplicación efectiva (Webley, 1995):

1. **Integración.** Que se convierta en una herramienta útil para la vida diaria de la organización;
2. **Respaldos y aprobación del comité de dirección.;**
3. **Distribución;**
4. **Rupturas.** Ayuda a los empleados para solucionar situaciones conflictivas;
5. **Respuesta general.** Oportunidad de responder al código a todas las personas de la compañía;
6. **Confirmación.** Que asegure que los trabajadores y la dirección entienden y aplican el código;

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial, Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 206.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los Códigos Éticos basados en valores ⁽¹⁾

Doce medidas para su aplicación efectiva (Webley, 1995):

7. **Revisión periódica;**
8. **Contratos.** Que el cumplimiento del código aparezca en el contrato como una obligación más;
9. **Entrenamiento.** Integrar los aspectos éticos en los programas de formación es una medida que facilita la comprensión;
10. **Traducción;**
11. **Distribución general.** Distribuir copias del código entre los proveedores, socios, clientes, etcétera,
12. **Informe anual.** Incluir una copia del código en el informe anual que se presenta a los accionistas.

(1) Lozano Aguilar, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial, Editorial Trotta, S.A., Madrid, P. 206.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La redacción de Códigos Éticos ⁽¹⁾

Según el *Institute of Business Ethics* (Webley, 1995):

- ❑ Se explicita la necesidad de **asumir responsabilidades más allá de las obligaciones legales** y su importancia como actores que contribuyen a la construcción social.
- ❑ Suelen ir precedidos de **una carta de presentación del presidente** del consejo de administración o del máximo responsable ejecutivo de la organización.
- ❑ Una estructura central similar, basada en **los grupos de Stakeholders** a los que se dirigen: accionistas, empleados, clientes, proveedores y la comunidad en general.
- ❑ Suelen finalizar con la **advertencia de medidas disciplinarias** en caso de incumplimiento del código
- ❑ Los **códigos que están redactados en estilo jerárquico, autoritario y controlador** no están respondiendo a unos **criterios éticos ilustrados**, sino que parten de una concepción de ética convencional que no asume la autonomía de las personas y que, por tanto, responde a una ética que no está a la altura de las sociedades modernas del capitalismo avanzado.
- ❑ Debe ser: (a). Claro; (b). Breve; (c). Positivo; (d). No sancionador (?).
- ❑ "El recuerdo del contenido del código será mayor cuando el código describe explícitamente las sanciones por la violación del código que cuando no las incluye (Weaver, 1995, p. 373)

(1) Lizcano Aguilár, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial. Editorial Trotta, S.A., Madrid, pp. 72, 160 y 194.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los Códigos Éticos y la Ética Discursiva⁽¹⁾

> **La ética discursiva:** se enmarca dentro de la tradición deontologista, universalista y formalista de raigambre kantiana, que no se ocupa directamente de la felicidad, ni de las consecuencias, sino de **dilucidar los procedimientos para decidir cuándo una norma es correcta** (P. Ulrich, "Transformation der ökonomischen Vernunft" (1986, 1993 y 1997).

> **Implicaciones para el desarrollo de Códigos Éticos:**

- > Los **códigos deben ser entendidos más como un proceso que como un resultado;**
- > Los **procesos de diálogo deben orientarse según las normas del diálogo racional;**
- > **Se debe atender a la exigencia de universalidad como parámetro moral incondicionada.**
- > **Se debe procurar condiciones de simetría para alcanzar un auténtico diálogo racional.** La exigencia de favorecer el desarrollo de la autonomía y de la competencia comunicativa de cada actor del diálogo es una exigencia ética de primer orden.

(1) Lizcano Aguilár, J. Félix (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial. Editorial Trotta, S.A., Madrid, pp. 164 y 177.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los Compromisos Ético-empresariales ⁽¹⁾

Tres grandes tipos de documentos:

1. **Las declaraciones de valores:** Presentan de una forma concisa la definición de la misión de la empresa, y los principios generales por los que ésta quiere guiar su actuación. Aunque no se refieren exclusivamente a aspectos éticos, sí que de alguna forma presentan una referencia a cómo la empresa integra la ética en sus actuaciones.
2. **Los credos corporativos:** Suelen ser un poco más extensos que las declaraciones de valores. Expresan ideas muy generales, sin detenerse en aspectos concretos. Acostumbran a señalar las responsabilidades de la empresa con los distintos stakeholders. Son útiles para lograr una coherencia en la cultura corporativa en la organización, aunque, por su carácter general, requieren un esfuerzo para ser comunicados y transmitidos a la organización.
3. **Los códigos de ética:** Tienen una extensión muy variada, según el grado de detalle al que se quiera llegar. Junto con los grandes principios presentan también políticas concretas en relación a cuestiones como conflictos de intereses, relación con competidores y proveedores, privacidad o políticas sobre regalos.

(1) Fontrodona, J. en Fernández Aguado, J. (coord.) et al. (2001). La ética en los negocios. Editorial Abril S.A., Barcelona, P. 143.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los Códigos Ético-empresariales ⁽¹⁾

Algunos aportes destacados:

- ❑ **Permiten enunciar con claridad los intereses y objetivos de la empresa, y ayudar a su cumplimiento;**
- ❑ **Contribuyen a la definición de la política de la empresa en aquellas cuestiones donde la ética tiene relevancia;**
- ❑ **Ayudan a la integración o transferencia de culturas empresariales en el caso de fusiones o adquisiciones, o en la creación de nuevas empresas dentro de un mismo grupo;**
- ❑ **Sirven como catalizador del cambio organizativo;**
- ❑ **Favorecen la eficiencia del mercado, especialmente en aquellos casos en que la legislación o el funcionamiento del mercado son insuficientes; y**
- ❑ **En resumen, ayudan a la mejora de los resultados económicos.**

(1) Fontrodona, J. en Fernández Aguado, J. (coord.) et al. (2001). La ética en los negocios. Editorial Abril S.A., Barcelona, P. 149.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los Códigos Ético-empresariales ⁽¹⁾

Y desde una perspectiva sociológica:

- ❑ **Mejoran la imagen de la empresa ante el público y los consumidores;**
- ❑ **Aumentan la lealtad de los empleados, su propia estima, y sirve de guía para la contratación de nuevos empleados;**
- ❑ **Son una alternativa al establecimiento de nuevas regulaciones en respuesta a las demandas sociales;**
- ❑ **Protegen a la empresa y sus directivos ante riesgos y posibles penalizaciones;**
- ❑ **Favorecen una comunicación honesta y abierta en la empresa;**
- ❑ **Sirven de guía a los directivos en su relación con otros grupos externos a la empresa, y viceversa; y**
- ❑ **Fomentan la presencia de accionistas que valoran el comportamiento ético de la empresa.**

(1) Fontrodona, J. en Fernández Aguado, J. (coord.) et al. (2001). La ética en los negocios. Editorial Abril S.A., Barcelona, P. 149.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Empresarial y los Códigos Éticos ⁽¹⁾

Estrategias alternativas (Melé, D. (2000). Políticas de ética empresarial: posibilidades y limitaciones, VIII Conferencia anual de Ética, Economía y Dirección, Madrid) :

- ❑ **Enfoque basado en el cumplimiento:** Legalista, en el que se trata de prevenir las transgresiones de la ley por parte de los empleados, o dicho de un modo positivo, asegurar que las actuaciones serán en conformidad con las normas de conducta impuestas desde fuera de la empresa;
- ❑ **Enfoque basado en la integridad:** Se incide más en la responsabilidad personal. Se pretende que los individuos actúen en conformidad con los valores de la compañía.
- ❑ **Enfoque basado en la excelencia humana:** Añade a los anteriores una referencia a actuar en conformidad con la dignidad de la persona humana, y a buscar el crecimiento de los individuos a través del desarrollo de virtudes humanas.

(1) Fontrodona, J. en Fernández Aguado, J. (coord.) et al. (2001). La ética en los negocios. Editorial Abril S.A., Barcelona, P. 152.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Empresarial y los Códigos Éticos ⁽¹⁾

Principios generales:

1. **Principio personalista o de la dignidad de la persona humana (la Regla de Oro de la ética):** La persona es siempre un valor en sí misma y por sí misma, y como tal exige ser considerada y tratada. (Kant: "actuar de tal modo que trates a la humanidad, tanto a tu propia persona como a la persona de los demás, nunca solamente como un medio, sino siempre como un fin");
2. **Principio de totalidad:** La empresa es éticamente positiva cuando conduce al perfeccionamiento ilimitado de todas las personas que la integran o con la que se relaciona. Se trata de lograr la síntesis, la armonía y hasta la potenciación de los diferentes intereses;
3. **Principio del bien común:** Actuar buscando el bien de todos los hombres, entendiendo por bien el desarrollo de aquellas potencialidades humanas amparadas por la ley natural;
4. **Principio de orden de responsabilidad:** Ocuparnos de aquellas cuestiones que dependen más directamente de nosotros, y de aquello que está más a nuestro alcance hacer. La empresa es más responsable de actividades que inciden directamente en lo que son sus fines. Su responsabilidad es mayor en la medida en que el grado de compromiso de y con los diferentes stakeholders es mayor.

(1) Fontrodona, J. en Fernández Aguado, J. (coord.) et al. (2001), La ética en los negocios. Editorial Abril S.A., Barcelona, pp. 106.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Retos éticos del Comercio Electrónico ⁽¹⁾

Las cuatro cuestiones básicas:

1. **La intimidad o privacidad (comprador);**
2. **La identidad del comprador;**
3. **No refutabilidad de la transacción (vendedor);**
4. **Atentados contra la seguridad del sistema: allanamientos, intrusiones, entradas abusivas o no autorizadas (hacking, cracking y page-jacking).**

(La seguridad se refiere al hecho de que el almacenamiento y la transmisión de información se hagan exactamente tal como el responsable del sistema originalmente ha pretendido (KPMG, 2001: A New Covenant UIT Stakeholders: Managing Privacy as a Competitive Advantage, KPMG LLP).

(1) Sison A.J., Fontrodona J. y Velaz I. (Prólogo Rafael Terres) (2002), Tras la Euforia - Guía ética para directivos en la nueva economía. Prentice Hall, Pearson Educación S.A., Madrid, P. 113.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Código Ético para la publicidad en Internet ⁽¹⁾

Asociación de Autocontrol de la Publicidad (AAP) de España (1999):

1. La publicidad y el anunciante deben **identificarse**;
2. Se debe respetar la legislación vigente de **protección de datos**;
3. Los **menores no pueden facilitar información online sin autorización paterna**;
4. Los **contenidos publicitarios dirigidos exclusivamente a los adultos deben estar identificados**;
5. No se debe incitar directamente a los menores a la **compra de un producto o servicio**;
6. No se admitirá el envío de publicidad por correo electrónico si no ha sido solicitada por el destinatario (**anti-spam**);
7. No pueden utilizarse los grupos de noticias para **captar los datos con finalidad publicitaria**;
8. la **publicidad en la www no puede impedir la libre navegación del usuario**;
9. Si la **interrupciones publicitarias son inevitables para acceder al contenido editorial de una página web, el usuario debe ser advertido**;
10. Deben identificarse las **páginas web patrocinadoras**.

(1) Sison A.J., Fontrodona J. y Velaz I. (Prólogo Rafael Terres) (2002), Tras la Euforia - Guía ética para directivos en la nueva economía. Prentice Hall, Pearson Educación S.A., Madrid, P. 104.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La institucionalización de la Ética Corporativa ⁽¹⁾

Objetivos concretos:

1. Que los miembros de la organización **conozcan y entiendan los propósitos y valores que la organización considera propios**;
2. Que puedan llegar a **adherirse personalmente a esos valores y comprometerse, en consecuencia, con los fines y modos de actuación de la organización**;
3. Que los miembros de la organización **sepan que se espera de ellos en cada momento (qué esperan de ellos otros miembros de la organización y las personas ajenas a la misma con quienes interactúan en el desempeño de su tarea)**;
4. Que sepan también **qué pueden esperar ellos mismos de los demás miembros de la organización**;
5. Que todos puedan **contribuir al proceso de reflexión, crítica y transformación de los valores de la organización. Esto se logra mediante mecanismos que faciliten la detección de conductas o actitudes incompatibles con los valores compartidos y su resolución en el marco de la propia organización**;
6. Que participen **activamente en el logro de los fines corporativos y en la realización de los valores comunes. Conseguir que estén dentro de las redes de información formales e informales que constituyen el entramado de conocimiento atesorado por la organización; y que tengan voz en los procesos de toma de decisión.**

(1) Francis Gómez, Pedro (2004), Ética de los negocios - Innovación y Responsabilidad. Editorial Desclee De Brouwer S.A., Bilbao, P. 106.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Balance social ⁽¹⁾

- ❖ **Responsabilidad social de la empresa:** cumplimiento de las expectativas que la sociedad ha depositado.
- ❖ **Balance social:** la expresión de esta responsabilidad social, puesto que nos ofrece información acerca del papel concreto que la empresa cumple en la sociedad.
- ❖ "El esfuerzo por describir en informes internos o externos cuantos datos sean posibles sobre los beneficios y costes que la actividad empresarial acarrea o puede acarrear a la sociedad en un periodo de tiempo determinado" (Dierkes, M. (1975), "La empresa como institución social", en García Echevarría, S. (1975), "La política económica de la empresa", Madrid, ESIC).
- ❖ En definitiva, dar razón de cómo la empresa está utilizando las "energías sociales" de las que es depositaria (Chevalier, A. (1977), El balance social de la empresa, Madrid, Forum Universidad-Empresa).

(1) García-Marzá, D. en Cortina Adela et al. (1997), Rentabilidad de la ética para la empresa, Fundación Argenteana, Madrid, P. 231.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La Ética Dialógica aplicada ⁽¹⁾

- ❖ **Enfoque discursivo de la Ética Empresarial:** Una acción o decisión empresarial, al igual que la empresa como institución, podrá considerarse ética cuando encuentre el acuerdo o consenso de todos los afectados -grupos de intereses- por sus consecuencias.
- ❖ **Responsabilidad Ética:** Cumplimiento o satisfacción de todos los intereses implicados en la actividad empresarial. Su concreción define la responsabilidad social y ecológica.
- ❖ **Balance ético-empresarial:** Descripción, sistema de información sobre el grado de cumplimiento de los intereses implicados.

(1) García-Marzá, D. en Cortina Adela et al. (1997), Rentabilidad de la ética para la empresa, Fundación Argenteana, Madrid, P. 231.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

La elaboración de un Balance Ético ⁽¹⁾

Las etapas sugeridas:

1. La determinación de los diferentes grupos de intereses.
2. Explicar los diferentes intereses que definen a cada uno de los grupos implicados. Dos aspectos básicos:
 - a) Valores básicos de una ética cívica, que deben ser respetados en el interior de la empresa y en la relación de la empresa con sus diferentes entornos;
 - b) Los intereses propios a cada grupo. De ahí que el punto de partida en la elaboración de un balance ético sea siempre "la naturaleza plural de los intereses, conflictos y fuentes de poder que configuran la vida de la organización" (Morgan, C. (1990), *Imágenes de la organización*, Madrid, *ra-ma*, p. 183).
3. La configuración de un balance ético consiste en la concreción de estos intereses en forma de indicadores que permitan su sistematización y la medición del grado de satisfacción o cumplimiento.

(1) García-Marzá, D. en Cortina Adela et al. (1997), *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentina, Madrid, P. 245.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

El Balance Ético y los Indicadores Sociales ⁽¹⁾

Dos tipos de indicadores:

1. **Objetivos o cuantitativos**, encargados de medir los estados, hechos o condiciones que pueden ser observadas y verificadas por auditores externos. Pueden cuantificarse en términos de costes monetarios, escalas, intervalos, etc.
2. **Subjetivos o cualitativos**, encargados de medir la percepción que tienen los sujetos implicados en la realidad empresarial. Pueden recogerse a través de entrevistas, encuestas, sondeos de opinión, grupos de discusión, ... (Setien, M.L. (1993), *Indicadores sociales de calidad de vida*, Madrid, CIS).

"... un balance ético debe recoger ambas perspectivas, la de la "tercera persona" o espectador y la de "primera persona" o participante. Ambas posiciones son necesarias para evitar las visiones parciales y posibilitar la integración de los diferentes grupos de intereses (Habermas, J. (1988), *La lógica de las ciencias sociales*, Madrid, Tecnos).

(1) García-Marzá, D. en Cortina Adela et al. (1997), *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentina, Madrid, P. 245.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los beneficios del Balance Ético ⁽¹⁾

❖ **Balance ético:** Instrumento al servicio del diálogo y la solución consensual de problemas entre los diferentes grupos sociales de la empresa.

❖ **Balance ético como instrumento de gestión o control:**

1. Integrar en todos los procesos de información y decisión el elemento económico y social;
2. Facilitar el autocontrol y la localización de problemas y lagunas en la gestión;
3. Potenciar la intercomunicación y la participación de los diferentes grupos, desarrollando la identificación del directivo y el resto de personal con el proyecto que define la empresa;
4. Precisar las demandas de los diferentes grupos y facilitar su jerarquización.

(1) García-Marzá, D. en Cortina Adela et al. (1997), *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentina, Madrid, P. 253.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Los beneficios del Balance Ético ⁽¹⁾

❖ **Balance ético como instrumento para la imagen pública de la empresa:**

1. Potenciar la **credibilidad social**: mantenimiento y mejora de la imagen de la empresa ante la sociedad;
2. Facilitar la **adaptación al entorno**, identificación de problemas y búsqueda común de soluciones;
3. Aumentar la innovación y la competitividad: **detectar las necesidades sociales** para incorporarlas y ser líder en su satisfacción;
4. Facilitar las relaciones con el **entorno social** y con la **Administración Pública** en general.

(1) García-Marzá, D. en Cortina Adela et al. (1997), *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentina, Madrid, P. 253.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Las Auditorías Éticas ⁽¹⁾

Los cuatro componentes según KPMG (1997):

1. Una evaluación del **clima ético** de la cultura global, medio ambiente, motivos y presiones del cliente;
2. Una evaluación de los **incentivos al desempeño**: el problema de si tales incentivos proporcionan o no una motivación para actuar fuera de los cánones morales;
3. La **comunicación del mensaje** acerca de lo que se considera comportamiento ético aceptable o inaceptable; este comunicado abarca cuestiones relacionadas con la políticas éticas, procedimientos y capacitación **vertical** desde la gerencia hasta los empleados; también comprende la naturaleza de la comunicación **ascendente** de los empleados a la gerencia;
4. **Cumplimiento en las áreas** donde se evalúan las políticas, los procedimientos y los puestos que tienen como fin hacer respetar el programa de ética del cliente.

(1) Abdolmohammadi, M. y Nixon, M. en Frederick, Robert E. (1999), *A comparison to Business Ethics*, Blackwell Publishers Ltd., esp. *La ética en los negocios* (2001), Oxford University Press Mexico, S.A., México, P. 203.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Ética y Rentabilidad de la empresa ⁽¹⁾

Dos concepciones; dos respuestas:

1. **La empresa de objetivo único:** "ganar dinero, dentro de la ley".
Respuesta: NADA ⇒ La única responsabilidad de la empresa es aumentar su valor neto presente. Para cualquier otra obligación ya están el estado y las leyes, a los que la empresa contribuye fiscalmente.
2. **La empresa de objetivos múltiples**
Respuesta: RELEVANCIA DE LA ÉTICA Y LOS INTANGIBLES ⇒ los beneficios depende también de factores que no son estrictamente económicos y que tienen que ver con la satisfacción de otros intereses en juego. Sabe, que la rentabilidad deriva, en último lugar, del equilibrio entre lo que la empresa hace y la sociedad espera que haga.

(1) García-Marzá, D. en Cortina Adela et al. (1997), *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Fundación Argentina, Madrid, P. 249.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

El valor económico de la Reputación Empresarial ⁽¹⁾

Fuentes alternativas de aumento de valor: ¿de la Ética Empresarial?

- ❖ Eleva el valor bursátil y atrae inversiones.
- ❖ Mejora la oferta comercial de las empresas.
- ❖ Atrae y retiene el talento de las organizaciones.
- ❖ Supone un eficaz escudo contra las crisis.
- ❖ Constituye un factor clave de liderazgo.

⁽¹⁾ Villafañe, Justo (2004), La buena reputación: claves del valor intangible en las empresas. Ediciones Pirámide, Madrid, P.75.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Hacia la valuación económica de la Ética Empresarial ⁽¹⁾

Condiciones para su modelización (Hall, 1989):

1. Los intangibles (y la Ética) necesitan tiempo para ser constituidos y acumulados. Requieren tiempo para generar rendimientos económicos valiosos.
2. La intensidad del esfuerzo de acumulación de activos intangibles (y de Ética) debe ser identificada a través del uso de dos variables distintas. Por un lado, el peso de la inversión en intangibles por ocupado y, por otro lado, la relación entre inversión en intangibles e inmovilizado material.
3. La inversión en intangibles no sólo está relacionada con el reflejo contable de la acumulación de activos inmateriales. La formación y capacitación de la fuerza de trabajo mejora la dotación de capital humano y, por tanto, debe ser considerada como un elemento intangible adicional. En este sentido, se utiliza el indicador de salario medio como aproximación al capital humano con carácter intangible. (¿Y para la Ética?)
4. También debería ser tenida en cuenta la imagen potencial de mayor calidad y reputación de la empresa que se asocia al esfuerzo inversor en intangibles (y en Ética). En este sentido, se tiene en consideración el margen medio empresarial, no sólo como indicativo de rentabilidad, sino también como distintivo de mayor diferenciación de producto y competencia basada en la calidad.

⁽¹⁾ Adaptado de Vilaseca Requena, J. et al. (2003). «Inversión en intangibles y competitividad internacional de la gran empresa española». Estudios de Economía Aplicada, Asociación de Economía Aplicada (ASEPEL), v. 21-3, diciembre 2003, P. 509.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

Hacia la valuación económica de la Ética Empresarial ⁽¹⁾

Modelos de referencia:

¿Ética?

$$VL = \alpha + \beta IIL + \lambda SAL + \delta EXP + \gamma IML + \eta DIVER + \varepsilon$$

Dónde:

VL = facturación por trabajador, como aproximación a la eficiencia empresarial.

IIL = activo inmaterial por empleado, como aproximación de la inversión acumulada en intangibles.

SAL = coste salarial medio, como aproximación del nivel de productividad y, por extensión, del nivel de formación acumulado por los trabajadores.

EXP = variable ficticia que identifica las empresas con presencia comercial en los mercados exteriores.

IML = inmovilizado material por empleado, como aproximación a la acumulación de capital físico.

DIVER = variable ficticia que identifica las empresas con diversificación en su actividad productiva.

⁽¹⁾ Adaptado de Vilaseca Requena, J. et al. (2003). «Inversión en intangibles y competitividad internacional de la gran empresa española». Estudios de Economía Aplicada, Asociación de Economía Aplicada (ASEPEL), v. 21-3, diciembre 2003, P. 509.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones

CRECIMIENTO ENDÓGENO, CAPITAL HUMANO ... ¿Y ÉTICA?

$$Y_{it} = A (Kh_{it})^\alpha (Kpr_{it})^\beta (Kpu_{it})^\chi (Két_{it})^\delta$$

Donde:

Y = valor añadido bruto;

A = constante exógena, que incluye otros factores determinantes de la producción;

Kh = capital humano medido en "trabajadores equivalentes";

Kpr = stock de capital neto privado productivo;

Kpu = stock de capital neto público productivo;

α , β y χ = elasticidad del valor añadido bruto respecto a cada uno de los regresores considerados.

Enrique S. Pées Boz

RSE - Ética en las Organizaciones