

Año XII núm. 1

Marzo 2005

UN ANUNCIO IMPORTANTE

XIII CONFERENCIA ANUAL “ÉTICA, ECONOMÍA Y DIRECCIÓN”

Madrid, 16 y 17 de junio de 2005

La Universidad Rey Juan Carlos en su Campus de Vicálvaro acogerá la XIII Conferencia Anual de Ética, Economía y Dirección (EBEN-España) en los días 16 y 17 de junio de 2005. El tema de la conferencia será “Ética, empresa farmacéutica y Responsabilidad Social”. Las comunicaciones se podrán presentar bajo tema abierto en el marco de la Ética Empresarial y la Responsabilidad Social Corporativa. La fecha límite para enviar título y breve resumen del tema elegido para proponer la aceptación de una comunicación es el 31 de marzo de

2005. El Comité Científico confirmará la aceptación de la propuesta el 5 de abril de 2005. La fecha límite de envío de la comunicación es el 6 de mayo. Se realizará una revisión por pares. La confirmación de aceptación o sugerencia de modificaciones es el 16 de mayo. El cierre definitivo de la recepción de los trabajos es el 23 de mayo. Las propuestas de temas posibles se harán llegar a las siguientes direcciones:

jlfernandez@cee.upco.es

plaguna@rct.urjc.es

fernando.velasco@urjc.es

NO A UNA LEY DE RSE

Josep M^a Lozano y Tamyko Ysa

Profesores de ESADE

Expansión, 29 de enero de 2005.

Business for Social Responsibility acaba de publicar una interesante encuesta de alcance mundial entre los que la misma encuesta denomina *líderes CSR*. Dicha encuesta pretende tomar el pulso sobre las cuestiones que son percibidas como más relevantes en el ámbito de la responsabilidad social de la empresa (RSE). Una de las que

señalan es la expectativa de mayor orientación por parte de los gobiernos y una cierta resistencia a una intervención que suponga mayores regulaciones.

Vale la pena aplicar los parámetros de esta reflexión a España. Desde nuestro punto de vista, el mayor problema que tenemos al respecto es que, ante la opinión pública, se ha instalado la equivalencia entre actuación del gobierno en RSE y regulación. En el ámbito de la RSE, en España, hablar de

política pública nos lleva casi automáticamente a iniciar un debate sobre la regulación. La controversia se centra en la cuestión de la voluntariedad, que a veces se reduce ridículamente a una mezcla de voluntarismo y buena voluntad. En el límite podemos desembocar en un callejón sin salida: el mundo empresarial tiende a considerar la voluntariedad como algo irrenunciable, mientras que muchos agentes sociales (y algunos políticos) entienden que la mera voluntariedad es lo primero a lo que hay que renunciar.

Nosotros creemos que, hoy por hoy, no debe haber una ley de RSE. E incluso que hablar de una ley de RSE no debería formar parte de la agenda. Nuestro planteamiento parte del supuesto de que la pregunta pertinente no se refiere a la regulación de la RSE sino a la política pública que deben adoptar los gobiernos en relación con la RSE. Política que puede tener muchas dimensiones: impulso, facilitación, incentivación, promoción... y regulación, naturalmente. Lo que debemos preguntarnos es qué políticas públicas son necesarias para desarrollar la RSE; sólo en este contexto tiene sentido la pregunta sobre la regulación, que no deja de ser más que un instrumento —entre otros— de esa política. Regulación, por cierto, que no necesariamente debe tener un componente normativo fuerte, sino que se puede optar, como están haciendo otros gobiernos europeos, por una *soft regulation* mucho más orientada a crear condiciones para el desarrollo de la RSE. Hay otro motivo para no hablar de una eventual ley de RSE: la diversidad de concepciones sub-

yacentes, lo que hace muy difícil el diálogo y la deliberación, supuesto que las mismas palabras son usadas con significados muy diferentes por los diversos interlocutores. Nos centraremos en dos de dichas concepciones. Por un lado, la de los que consideran que la RSE empieza allá donde la ley acaba. Eficiencia, competitividad, pagar impuestos y cumplir con la ley es lo que debe hacer la empresa; y a partir de ahí empieza la RSE. Por otro lado, los que, volviendo a la encuesta a la que nos referíamos, consideran que la RSE es algo que debe integrarse transversalmente en todas las funciones del *core business* (algo, por cierto, que los encuestados perciben como todavía muy incipiente).

Para los que nos sentimos más cercanos a esta segunda aproximación, esta es la razón de fondo por la que la que no tiene mucho sentido hablar de una ley de RSE, en la medida que no tiene sentido regular un modelo de gestión. Lo que sí tiene sentido es plantear algún tipo regulación de alguno de los aspectos que forman parte de la RSE o la afectan, no de la RSE como tal. Por poner dos ejemplos cada vez más extendidos en Europa: las memorias de sostenibilidad o la inversión socialmente responsable. Pero esto no es una ley de RSE, sino la regulación (sobre la que hay que deliberar específicamente) de alguno de sus aspectos.

Lo que sí necesitamos, y quizás más pronto que tarde, es construir y asumir un modelo sobre políticas públicas y RSE. Punto en el que algunos de nuestros vecinos europeos ya nos llevan ventaja.

EL MÁS PURO SENTIDO COMÚN

José Luis Lizcano

Director Gerente de AECA y coordinador de la Comisión de RSC

Cinco Días, 29 de noviembre de 2004.

Ante la avalancha de reuniones, congresos, cursos, publicaciones, informes, notas de prensa, programas de radio y televisión..., dedicados a la responsabilidad social corporativa (RSC), no es extraño escuchar a profesionales que opinan que nos encontramos ante el

típico fenómeno burbuja de un término o concepto que se ha puesto de moda, y que como tal es pasajero y poco fiable.

Efectivamente, en su manifestación externa, la responsabilidad social corporativa coincide con otras modas o tendencias empresariales que en el pasado reciente resultaron superficiales y de poco calado. Los distintos agentes que intervienen en la elaboración, difusión e implantación de estas modas empresariales —consultores, formadores, directivos e infor-

madores— también se encuentran presentes, en un papel similar, en la actual eclosión de la RSC. A esto hay que añadir la dificultad para delimitar el concepto y por ello la facilidad con la que se utilizan cantidad de términos distintos para referirse a la responsabilidad social de las empresas: buen gobierno, sostenibilidad, acción social, reputación, etcétera.

¿Dónde está entonces, la diferencia cualitativa de la RSC respecto a estas otras modas pasajeras? Para algunos de los que creemos en ella el elemento diferenciador se halla cuando realizamos el análisis hacia dentro, en las raíces éticas y antropológicas del concepto, en unos valores sólidos que generan valor a las personas y a los grupos relacionados con las empresas. Se descubre también en su filosofía participativa, por la cual el beneficio colectivo antecede al particular, donde las relaciones se sustentan en la confianza, más allá de lo explicitado en un contrato laboral. La maximización y el corto plazo se convierten en beneficio suficiente compartido y en desarrollo sostenible y la transparencia prevalece ante la información privilegiada.

Estas raíces y valores esenciales de la RSC, además, generan valor, que se puede medir y contrastar: generan innovación en los sistemas de fijación de objetivos y gestión, transparencia con los informes de sostenibilidad dirigidos a los distintos grupos de interés, reduce costes en los procesos productivos, reduce el absentismo y atrae y retiene el talento en las organizaciones, incrementa las ventas y la fidelidad del cliente y mejora los resultados y la capacidad para captar recursos financieros (fondos de inversión socialmente responsables). También, genera confianza, reputación y legitimidad social.

Estos valores esenciales o el porqué de la RSC, y el valor generado o el para qué de ésta, se ponen en práctica por medio de un sistema de gestión integral, o el cómo, que abarca el gobierno corporativo, la dirección estratégica, la gestión, el control, la información y la verificación.

Algo hay, por tanto, en el modelo de empresa socialmente responsable que está acaparando

la atención de ámbitos tan diversos como la Administración, con su proyectada Ley sobre la materia, los sindicatos con la incorporación de la RSC en su agenda de temas prioritarios, las escuelas de negocios y universidades con cátedras y programas de formación, los consultores y analistas con la creación de equipos de trabajo exclusivos, las asociaciones profesionales y empresariales con la apertura de foros y comités especializados, las ONG con la activa participación en los movimientos de defensa y difusión de las políticas empresariales responsables, los medios de comunicación con una creciente dedicación de espacio, y, por supuesto, las empresas como protagonistas principales del fenómeno, que de forma voluntaria implantan progresivamente sistemas de gestión, medición e información de su comportamiento socialmente responsable.

Iniciativas internacionales como el Pacto Mundial de la ONU para la defensa por las empresas de sus 10 principios sobre derechos humanos, laborales y medioambientales; la UE con la elaboración de un marco para el desarrollo de la responsabilidad social de las empresas, y el Global Reporting Initiative (GRI) como guía de consenso para las memorias empresariales sobre RSC y su comparación a nivel mundial, son pruebas evidentes del calado y repercusión de esta forma diferente de hacer negocios, que para algunos hasta puede suponer una fórmula revolucionaria de progreso social.

Las nuevas expectativas y demandas sociales y medioambientales, el retroceso del sector público que no puede cubrir todas las demandas sociales, el incremento de influencia social de las empresas, la exigencia de transparencia informativa desde todas las instancias, el incremento de los fondos de inversión con criterios sociales y medioambientales y, por supuesto, los efectos indiscutibles de la globalización y el desarrollo tecnológico, son para finalizar, algunas tendencias globales que remarcan, más si cabe, la importancia presente y futura de la responsabilidad social corporativa, la alejan de los calificativos burbuja y moda, y la justifican desde el más puro sentido común.

ES DIFÍCIL SER UN BUEN PROFESIONAL

Antonio Argandoña

Profesor, IESE, Universidad de Navarra.
El País – Catalunya, 19 de enero de 2005.

Pocos profesionales jóvenes de los que me encontrado en los últimos años me han hablado con cariño, admiración y respeto de alguien que haya actuado como un modelo o mentor en su carrera profesional, alguien de quien hayan podido aprender las reglas –a menudo implícitas– de su oficio, alguien que les haya enseñado la excelencia profesional y, sobre todo, la excelencia ética. Pienso que muchos de ellos se sienten solos en su lucha.

Siempre ha sido difícil ser un buen profesional, en cualquier faceta de la vida. Pero en los últimos años quizás se lo estamos poniendo particularmente difícil a los que se incorporan al mercado de trabajo... y a los que llevan ya unos cuantos años en él. Porque les pedimos cosas, a menudo difíciles de compaginar, y no les ayudamos a desarrollar una adecuada jerarquía de valores.

Lo primero que les pedimos son resultados: ventas, facturación, cuota de mercado,... cubrir los costes, pagar la hipoteca,... tanto si se trata de profesionales independientes como si trabajan por cuenta de terceros. Bueno, de hecho eso es, a menudo, lo único que les pide su empleador. Lo demás lo debe sacar él por su cuenta: el aprendizaje de los conocimientos y prácticas propios de su oficio, el desarrollo de las experiencias que le permitirán ser un buen profesional el día de mañana, el diseño de lo que va a ser su carrera profesional,... –porque, con frecuencia, si les ayudamos a elaborar ese plan de carrera, pensamos más en las necesidades de la organización que en las del interesado.

Y tampoco le solemos ayudar mucho a desarrollar sus capacidades morales. Le decimos, sí, que debe ser honrado, leal a su empresa y a sus colegas, con espíritu de servicio para con sus clientes y para con la sociedad,... Pero no solemos ayudarle mucho en este campo, quizás precisamente porque no sabemos actuar como aquellos mentores o modelos de los que hablaba al principio. Los padres suelen ser la referencia en virtudes básicas, como el trabajo duro y la

disciplina; a los profesores atribuimos la adquisición de conocimientos, pero con frecuencia faltan referencias en el desarrollo de los valores éticos de la profesión.

Y por eso mucho profesionales, jóvenes y no tan jóvenes, se sienten justificados a la hora de saltarse las reglas, cuando se trata de cumplir los objetivos que se les señalan en el trabajo o de dar pasos adelante en su carrera profesional. Y esto les inquieta, como es lógico. Pero sólo durante un tiempo. Del “no me queda otro remedio” pasan al “las cosas son así”, y acaban acostumbrándose. Me decía hace años una directiva de empresa, a propósito de la corrupción en los negocios: “No se debe hacer. Todos lo hacen, yo también. Pero está mal hecho. Y lo paso muy mal”. Supongo que, con el transcurso del tiempo, si lo ha seguido haciendo, lo pasará menos mal y lo irá considerando cada vez más como algo normal. De hecho, pocos días después me decía otro directivo, hablando del mismo tema: “Sí, la corrupción se puede hacer. Todos la hacen. Yo también. Es la forma normal de hacer negocios en este sector”. La tesis –falaz, pero muy usada– de que el fin justifica los medios acaba imponiéndose.

Y hay momentos en que comportarse bien es particularmente difícil. Por ejemplo, cuando el empleo se reduce y la competencia por el puesto de trabajo es brutal. O cuando los beneficios, las ventas o el volumen de negocio caen, y la presión por los resultados es más fuerte. ¿Quién valora, en esas circunstancias, el trabajo bien hecho? Y, sin embargo, es sobre todo ahí donde se aprende a ser un buen profesional.

¿Qué puede hacer un profesional ante esos problemas? Le vendría bien plantearse una reflexión en tres niveles. Primero, sobre su profesión: ¿cuál es su misión en la sociedad, cómo contribuye al bienestar de la humanidad? (y, de paso, ¿cómo se vive esa misión en mi empresa, bufete, despacho u hospital)? Por cierto, ¿les ayudamos a hacer esta reflexión en la escuela profesional o en la universidad?

Segundo, sobre los modelos. ¿Quiénes son los buenos profesionales en mi carrera a los que me gustaría imitar? ¿Por qué trabajan como lo hacen, cómo toman decisiones en las situacio-

nes difíciles, cómo plantean su contribución al bienestar de la sociedad? Y tercero, la prueba del espejo: mírate en él y pregúntate sobre las decisiones que has tomado últimamente. ¿Estás orgulloso de ellas? ¿Aconsejarías a otros colegas que hiciesen lo mismo? ¿Te gustaría que esa fuese la manera normal de actuar en tu profesión? ¿Te gustaría contarle a tu marido o a tu

mujer, a tus hijos o a tu madre lo que has hecho? ¿O que apareciera mañana en los periódicos?

Y no olvidemos la responsabilidad que tenemos también los demás, a la hora de ayudarles a tomar las decisiones correctas, de corregir sus errores, de premiar sus esfuerzos, y de crear un entorno adecuado para que se desarrollen como profesionales y como personas.

LAS DOS FUERZAS DE LA CULTURA CIUDADANA

Agustín Domingo Moratalla

Profesor de Filosofía del Derecho, Moral y Política, Universidad de Valencia.

Boletín del Centro de Desarrollo y Estrategia del Ayuntamiento de Valencia.

Uno de los temas sobre los que habitualmente pasan de puntillas los investigadores de la sociedad de la información es el tema de la cultura ciudadana. No debe ser un concepto fácil de precisar y por ello –si queremos saber cómo enfocar adecuadamente cuál será el futuro de los valores o los ideales de vida en la sociedad de la información– tenemos que acercarnos a conceptos como los de identidad nacional, élites políticas, estados nacionales e incluso instituciones económicas. De hecho, cuando Manuel Castells hace referencia en el tercer volumen de *La era de la información* al problema de las identidades culturales, éstas aparecen vinculadas a términos que se usan en sentido peyorativo como frenos, antídotos, obstáculos o resistencias frente a lo que él llama “torbellino de la globalización”.

Resulta muy curioso observar cómo en trabajos de este tipo, los valores, los ideales de vida o las tradiciones ciudadanas son elementos culturales que funcionan de forma distinta a cómo funciona la sociedad de la información. Es como si en la vida de las ciudades coexistieran dos tipos de fuerzas: por un lado la fuerza irresistible de las nuevas tecnologías, del cableado, de la sociedad en red, de una globalización desbocada donde la llave del ADSL o la fibra óptica nos abren la puerta a casi todos los misterios del planeta. Por otro, la pesada fuerza de las tradiciones, las identidades culturales, las ancestrales costumbres de nuestros vecinos y la rutinaria

forma de celebrar las estaciones o las fiestas, nos hacen presente una concepción cíclica de la vida donde parece que no hay nada nuevo bajo el sol.

Estas dos fuerzas hacen que el mundo cotidiano en el que nos movemos fuera descrito por MacLuhan con la paradójica expresión de “aldea global”. En las conversaciones que mantenemos a diario siempre encontramos a alguien insatisfecho, unas veces porque le gustaría no tener que volverse para recordar lo que de “aldea” hay en sus ambientes, y otras veces porque le gustaría mirar sólo hacia delante perdiéndose en los horizontes de un mundo verdaderamente “mundial”.

Estas dos fuerzas pueden ser muy útiles para pensar los nuevos ideales de vida, las nuevas aspiraciones y los nuevos valores que tienen que articular las ciudades del futuro. Lo más fácil sería dejarnos seducir por las nuevas tecnologías y pensar que serán como el nuevo “bálsamo de fierabrás” del que hablaba Don Quijote, una pócima mágica con la que solucionar los problemas de la convivencia. Sería como dar un salto en el vacío y creer que con más canales de televisión, con más megas en el ADSL o con un teléfono móvil de última generación viviremos más, seremos más felices y, a lo mejor, desaparecerán los malos humos en la esclara, los enfados en el trabajo o los malos modales en un atasco.

También sería fácil darle la espalda a estos “adelantos” y creer que los ideales de vida, los valores y las tradiciones son algo que se guarda en un baúl y se desempolva cada temporada. Quienes así piensan y dan la espalda a las nuevas tecnologías en su vida cotidiana tienen una

concepción arqueológica de la cultura, como si la única forma de cultivarse fuera mantenerse con bolitas de alcanfor para resistir el paso del tiempo.

Lo realmente difícil es entender la cultura ciudadana como una cultura llena de vida, como un conjunto de ideales, aspiraciones y valores donde los ciudadanos mantienen el difícil equilibrio de estas dos fuerzas. La vitalidad nace cuando cada vecino descubre que él puede ser el protagonista de lo que está sucediendo en la red, de la misma manera que puede ser el protagonista de lo que está sucediendo en la escalera, en el autobús o en cualquiera de las ventanillas con las que se enfrenta en su vida cotidiana. La vitalidad nace cuando se descubre protagonista, actor y personaje relevante en el escenario de su ciudad. Cuando descubre que en el guión de su ciudad no se le quiere como súbdito, como plebe, como espectador o simplemente como masa amorfa para consumir aparatos, devorar programaciones o navegar sin rumbo en la red.

Las formas de ejercer este protagonismo son múltiples y variadas, tan heterogéneas como nuestras ciudades, nuestros barrios e incluso nuestra propia vida familiar. Lo importante es descubrir, conocer y valorar el entramado de relaciones que mantenemos en el hogar, la escalera, el trabajo o el vecindario. Y no valorarlo sólo como una red que nos mantiene despiertos, enlazados y cobijados, sino como una red que nos puede hacer más libres y solidarios. En este sentido, la cultura ciudadana no es ni un recurso natural que esté a nuestra arbitraria disposición, ni un recurso financiero que podemos invertir a plazo fijo. Es un recurso frágil y valioso que nos permite a los ciudadanos mantenernos en forma como protagonistas de nuestra ciudad y mantener despiertas sus instituciones. Una red llena de vida y un recurso básico para la convivencia que también llamamos capital social y que, desde siempre, ha constituido la verdadera riqueza de las naciones.

LOS VALORES DEL DIRECTIVO

Carlos M. Moreno

Profesor de Blanquerna, Universitat Ramon Llull

Expansión-Catalunya, 19 de enero de 2005.

Ejercer una buena dirección de personas y equipos requiere en el directivo una serie de valores. El primero de todos, es la humildad. La raíz latina *-humus*, tierra- aporta un acepción interesante que adaptada sería, “tocar de pies en el suelo”. Es fácil, por humano, sobre todo en los altos directivos, perder el contacto con la realidad de la organización. La humildad ha de ayudar a no endiosarse, ni caer en la prepotencia. Ser humilde es una buena manera de ser preventivo y no perder el pulso de la empresa. Vinculada a la humildad está una segunda cualidad: la capacidad de escuchar. Los directivos eficaces generan en su entorno la confianza imprescindible para escuchar a sus colaboradores aceptando planteamientos y opiniones diferentes a las suyas. Todavía es frecuente el miedo a expresar opiniones contrarias a los mandos.

Una de las razones es porque no han dado “cancha” para que los colaboradores se expresen con tranquilidad y, sobre todo, sin miedo a las represalias. Es importante para la empresa que el directivo facilite que sus colaboradores expresen puntos de vista diferentes a los suyos. Escuchar atentamente es un valor crucial para el directivo.

Otra característica del buen directivo es saber delegar. Hay directivos que, efectivamente, “delegan” y le pasan “el muerto” a otro y... ¡japáñatelas como puedas! Entienden la delegación como sacarse de encima los temas y que el trabajo lo hagan sus subordinados que, para eso, lo son. Estos directivos andan errados. Delegar es, también, repasar. El directivo que sabe delegar, en algún momento, tras las instrucciones iniciales, acaba revisando los temas con las personas de su equipo. Delegar tiene que ver con el primer metro y el último de la gestión. El resto, es dejar hacer, pero cada directivo ha de encontrar el punto preciso en función del colaborador y la tarea encomendada.

La gestión del directivo tiene que estar vinculada a la pasión por el trabajo que implica un compromiso efectivo. Son las personas apasionadas por su trabajo las que transmiten pasión a sus equipos. A la pasión por el trabajo, se le une su esfuerzo. Sin trabajo constante, no hay una buena dirección. Los buenos directivos no sólo trabajan inteligentemente sino que, además, trabajan mucho. Habitualmente, más que los demás. No están en puestos de dirección sin haber empleado muchas horas de dedicación. No es casualidad. Es fruto del trabajo perseve-

rante. Saben que, por la posición que ocupan, están en el punto de mira y son los primeros en dar ejemplo. Se lo deben a sí mismos y a la empresa que dirigen. Por último, son personas veraces. La veracidad como valor no es sólo credibilidad o rectitud, si no principio rector de toda su gestión en la empresa.

En síntesis: humildad, capacidad de escuchar, pasión por el trabajo, dedicación, perseverancia, ejemplaridad y veracidad. Siete valores que los buenos directivos convierten en auténticos retos diarios.

ÉTICA EN LA EMPRESA: ¿UNA MODA?

Antonio Argandoña

Profesor, IESE, Universidad de Navarra.

La Vanguardia, 7 de diciembre de 2004.

“Los médicos no hacen falta”, decía aquel conocido mío. “Al final, todos nos morimos”. De acuerdo. Pero los médicos sirven, al menos, para que no nos muramos antes de hora, y para que, hasta aquel momento, disfrutemos de una mejor salud.

Pues otro tanto ocurre con la ética en la empresa. Cada vez que hablo del tema, viene alguien y me cuenta algún caso escalofriante de falta de comportamiento moral. Y tiene razón. Pero, a pesar de todo, la ética sigue haciendo falta: para evitar esos casos escalofriantes, y para hacer más llevadera la vida. Porque dirigir negocios con ejecutivos inmorales, trabajadores desmotivados, accionistas egoístas, proveedores oportunistas y políticos corruptos es muy, pero que muy difícil. Y desagradable. A menos que uno sea tan desvergonzado como todos ellos.

La ética en la empresa nos dice cómo debemos comportarnos para no deteriorarnos como personas, para contribuir a los fines de la empresa y a las necesidades de los que giran alrededor de ella, y para hacer una sociedad más humana. Solemos decir que es una ciencia normativa: no nos dice lo que pasa (para eso están la economía, la sociología, la psicología, la política), sino lo que debería pasar. Y, visto lo que pasa, es lógico que haya tanto interés en ella.

“No hace falta. Para eso está la ley”, me comenta un lector. No: la ley no basta. Porque hay leyes injustas, porque la ley no puede llegar a todos los casos –y mejor que no lo intente, para respetar nuestra libertad–, y porque las circunstancias cambian más rápidamente que la labor del Parlamento. Hace falta que cada uno en la empresa sea capaz de enfrentarse a las decisiones que se propone tomar, preguntándose no sólo si son rentables, sino también si son buenas: si le mejoran o empeoran como persona, si contribuyen al bienestar de los demás, si hacen la sociedad más justa y humana.

¿Estamos ante una moda? Algo de moda hay, sin duda. Pero es mucho más que esto. Primero, porque la ética de la empresa ha estado siempre con nosotros –y todos podríamos citar docenas de empresarios, directivos y empleados en nuestro entorno que han actuado siempre, o con mucha frecuencia, con honradez, sentido de responsabilidad y solidaridad. La ética es una moda “de siempre”.

Segundo, porque siempre necesitaremos la ética, como ya he dicho antes. Y tercero –y esto me parece muy importante–, porque la ética forma parte de la excelencia –y esto vale en el mundo de la empresa, pero también en cualquier otra profesión, desde la abogacía o la medicina hasta la política o el arte. Un empresario o directivo no será un buen empresario o directivo si no es ético. Porque le faltará, porque estará ciego para un aspecto de la realidad, que es importante

para su proceso de toma de decisiones. Si no es capaz de identificar qué conductas suyas le hacen daño a él mismo, a sus colaboradores, a sus clientes y proveedores, a su empresa y a la sociedad, y evitarlas, será un mal directivo o empresario. Aunque gane mucho dinero, aunque le den premios, aunque las acciones de su empresa suban en la bolsa como la espuma.

Esto significa que ser ético no es cumplir unas normas, un código de conducta. Eso es importante, pero no es suficiente. Ser ético en la empresa supone una actitud exigente, generosa y sacrificada, para hacer siempre lo que debo hacer –la ética es normativa, ya lo he dicho antes–, aunque no me reporte beneficios mate-

riales, aunque no guste a los demás,... porque es lo mejor para mí y para ellos.

Por eso la ética en la empresa no es una moda. Es una necesidad. Todos la vivimos, gracias a Dios, cada día. Con excepciones, claro: somos humanos, limitados, débiles. Pero eso no es lo más importante. Cuando hagas algo mal, rectificas, pides perdón, y vuelves a empezar. En la empresa, las conductas excelentes, también en el plano ético, son una combinación de errores y aciertos, en la que siempre ganan estos últimos, porque acaban siempre con un propósito: “mañana procuraré hacerlo mejor”. ¿Vamos a intentarlo?

PUBLICACIONES DE LOS SOCIOS

En esta sección de Noticias recogemos la información que los socios nos envían acerca de sus publicaciones. Agradeceremos que hagáis llegar estos datos al editor (carlosmp@blanquerna.url.es).

Libros

Jesús Conill y Vicent Gozávez (eds.), 2004, *Ética de los medios*, (Gedisa, Barcelona).

Jesús Conill, 2004, *Horizontes de economía ética. Aristóteles, Adam Smith, Amartya Sen*, (Tecnos, Madrid).

Agustín Domingo Moratalla, 2004, *Calidad Educativa y Justicia Social*, 2ªed. (PPC, Madrid).

Javier Benavides Delgado y **José Luis Fernández Fernández** (eds.), 2004, *Reflexiones sobre la Responsabilidad Social, la Empresa y el Tercer Sector. Memoria Académica Curso 2003-2004*, (Cátedra Javier Benjumea de Ética Económica y Empresarial, Publicaciones de la Universidad Pontificia de Comillas).

José Luis Fernández Fernández, 2004, *Finanzas y Ética. La dimensión moral de la actividad financiera y el Gobierno Corporativo*, (Cátedra Javier Benjumea de Ética Económica y Empresarial, Publicaciones de la Universidad Pontificia de Comillas).

Alejo José G. Sison, 2004, *Liderazgo y Capital Moral*, (McGrawHill, Madrid).

Alejo José G. Sison, *Módulo de Integridad profesional, curso en red para el Santander Central Hispano coordinado por la Fundación*

Empresa-Universidad de Navarra. (<http://www.e-novalia.com/SCH/>) 2004.

Capítulos de libros

Antonio Argandoña, 2004, ‘Principios éticos para unas políticas liberales’, en Enrique Banús y Alejandro Llano, (eds.), *Presente y futuro del liberalismo*, (EUNSA, Pamplona), pp. 39-56.

Javier Barraca, ‘Ética y empresa’, en M. Osorio (comp.), *La Nueva empresa: Responsabilidad Social Corporativa*, VV.AA., (Voz de papel-Fundación IUVE, Madrid), pp. 21-36.

Agustín Domingo Moratalla, 2004, ‘Diálogo y Responsabilidad: claves de la filosofía moral y política de Hans Georg Gadamer’, en J. A. Nicolás (ed.), *El Legado de Gadamer*, (Publicaciones Universidad de Granada, Granada), pp. 63-87.

Alejo José G. Sison, 2004, ‘La tragedia de Andersen: Cómo la mala reputación puede acarrear la muerte de una empresa’, en Justo Villafañe (dir.), *El Estado de la publicidad y el corporate en España y Latinoamérica*, (Pirámide, Madrid), pp. 267-275.

Arménio Rego, 2004, ‘À sua saúde’, en C. Soares & L. Amancio’ (Orgs), *Em torno da psicologia*, (Livros Horizonte, Lisboa), pp. 155-167.

Cunha, M. P.& **Arménio Rego**, 2004, ‘Colapso Organizacional: Algunas causas psicológicas’, en C. Soares & L. Amancio (Orgs.) *Em torno da psicologia*, (Livros Horizonte, Lisboa), pp. 171-181.

Arménio Rego, 2004, ‘Ilustração empírica de pertinência da longitudinalidade: cidadania do-

cente e desempenho dos estudantes universitários', en L. Oliveira, A. Pereira & R. Santiago (Orgs). *Investigação em Educação: Abordagens conceptuais e práticas*, (Porto Editora, Porto), pp. 169-178.

Artículos en revistas científicas, documentos de investigación y casos

Antonio Argandoña, 2004, 'Por qué las empresas han de ser éticas... y por qué muchas veces no lo son', *Occasional Paper, IESE*, nº 05/4, noviembre.

Javier Barraca, 2004, 'El valor de la persona y de su vocación al amor para la vida social', *Espíritu*, nº 130, julio-diciembre, 297-305.

Javier Barraca, 2004, 'Ética del docente: contemplar nuestra vocación de educadores', *Revista CLUNY-ISEIT*, año 1, nº1, junio, 7-12.

Javier Barraca, 2004, 'La mujer como responsabilidad creativa', *Boletín CLUNY-ISEIT*, nº 2, 9-15.

Javier Barraca ha colaborado con D.I.F. (Desarrollo Integral de la Familia) con diversas temáticas: Para adolescentes: "Los grandes valores; de 0 a 6 años: "El juego", "El lenguaje".

Javier Barraca, 2004, 'La mujer, como responsabilidad creativa', *Revista CLUNY-ISEIT*, nº 1 y 2.

Javier Barraca, 2004, 'La belleza de nuestra vocación: clave de la Deontología Docente', *Revista CLUNY-ISEIT*, nº 1 y 2.

Ildelfonso Camacho, 2004, 'Church social documents and Population Ethics' en S. de Souza, (ed.), *Indian Social Institute*, 194-218.

Ildelfonso Camacho, 2004, 'La ética en la empresa: apuntes críticos y propuestas desde Europa', *Brotéria*, nº 159, 343-362.

Jesús Conill, 2004, 'El sentido ético de la economía en tiempos de globalización', *Daimon*, nº 29, 9-15.

Jesús Conill, 2004, 'Ideas para una ética político-económica de las instituciones', *Temas para el debate*, nº109, 38-40.

Agustín Domingo Moratalla, 2004, 'Ciudadanía intercultural y pluralismo político: Los retos de las constantes migraciones a Europa', *Revista Hermenéutica Intercultural*, nº 13, 11-34.

Agustín Domingo Moratalla, 2004, 'La Ética de las profesiones en la formación universitaria: ¿nihilismo o responsabilidad?', *Revista Didac*, nº 43, 28-35. Ponencia presentada en el *Foro*

Internacional de Ética y Educación, México 2004.

José Luis Lizcano, 2004, 'Transparencia informativa y Responsabilidad Social Corporativa', *Boletín de Estudios Económicos, Asociación de Licenciados en Ciencias Económicas por la Universidad Comercial de Deusto*, nº 182, Agosto, 279- 303.

Arménio Rego, Moreira, J. M., Rego, A. & Sarrico, C., 2004, 'Executives' perceptions on the ethical behavior of public sector organizations: Is there as antagonistic relationship?' *The Icfaiian Journal of Management Research III* (12), 62-70.

Arménio Rego, Leite, R., Carvalho, T., Freire, C. & Vieira, A., 2004, 'Organizational Commitment: Toward a Different Understanding of the Ways People Feel Attached to Their Organizations', *Management Research*, 2 (3), 201-218.

Arménio Rego & Garcia, E. V., 2004, 'Cuidadania docente universitária. Um estudo de validação empírica no Peru', *Psychologica*, 37, 187-201.

Arménio Rego & Souto, S., 2004, 'La relación entre los climas organizacionales autenticizóticos y las variables intención de salida de la organización, el compromiso organizacional y el estrés', *Revista Latinoamericana de Administración*, 32, 77-101.

Arménio Rego & Pereira, H., 2004, 'How citizenship behaviors of teachers explain pedagogical effectiveness and motivation of students', *Interamerican Journal of Psychology*, 38 (2), 201-216.

Arménio Rego & Cunha, M. P., 2004, 'Espiritualidade nas organizações: Ingenuidade, manipulação ou essência?', *Recursos Humanos Magazine*, Novembro-Dezembro, 34-41.

Arménio Rego & Cunha, M. P., 2004, 'Gestão de expatriados no mosaico cultural', *Recursos Humanos Magazine*, Maio/Junho, 22-31.

Arménio Rego, 2003, 'Um código de ética para os códigos de ética das empresas', *Dirigir*, nº especial, Dezembro, 12-21.

Arménio Rego e Pina e Cunha, M., 2004, 'Downsizing e despedimentos: as duas faces de janus', *Documentos de Trabalho em Gestão*, Universidade de Aveiro, DEGEI, G/ nº 3/2004. Acesso em

http://www.egi.ua.pt/wp_gestao/Wp3Gestao.pdf

Arménio Rego, Fernandes, C., Pereira, H., Tavares, J. & Diz, H., 2004, 'Uma perspectiva

luso-brasileira sobre os comportamentos de cidadania', Acesso em http://webct2.ua.pt/public/leies/daes_artigos.htm.

Cunha, M. P., **Arménio Rego** & Oliveira, T, 2004, *Management ideologies and organizational spirituality: A typology*. Universidade Nova de Lisboa, Faculdade de Economia. Working paper nº 452. Acesso em <http://portal.fe.unl.pt/FEUNL/bibliotecas/BAN/WPFEUNL/WP2004/wp452.pdf>

Lluís Renart, ha publicado el caso Imaginarium, IESE, 2004, con su correspondiente teaching note. Está disponible en castellano y en inglés. Acceso en: <http://www.iesep.com>

Alejo José G. Sison, 2004, 'Fareed Zakaria (2003), The future of Freedom. Lliberal Democracy at Home and Abroad, *Revista Empresa y Humanismo*, Pamplona, nº 7, 291-292.

Alejo José G. Sison, 2004, 'Democracia, derechos y dinero', *Nuestro Tiempo*, nº 595-596, 34-39.

Marta de la Cuesta y **Carmen Valor**, 'Fostering corporate responsibility through public initiative: from the EU the Spanish case, *Journal of Business Ethics* 55 (3), 275-293.

Ricardo Palomo y **Carmen Valor**, 'El "activismo" de los socios como catalizador de la responsabilidad social de la empresa en las organizaciones de participación versus las empresas cotizadas', *CIRIEC*, nº 50, 167-190.

Carmen Valor, 'Participación de las ONG en la organización mundial del comercio: un debate abierto', *Economistas*, nº 102, 88-94.

Otros artículos

Antonio Argandoña, "No es fácil ser ético...", *Revista de Antiguos Alumnos del IESE*, 95, diciembre de 2004.

Antonio Argandoña, "Dialogar sobre valores", *El País Catalunya*, 15 de noviembre de 2004.

Antonio Argandoña, "¿Es sólo una moda?", *La Vanguardia*, 7 de diciembre de 2004.

Antonio Argandoña, "La teoría de las ventanas rotas", *Bat a bat. Bulletí d'Informació Municipal del Papiol*, 29, desembre de 2004.

Antonio Argandoña, "Perder la cultura", *El País Catalunya*, 14 de febrero de 2005.

Carlos M. Moreno Pérez, "Contra l'anar tirant", *Dossier Econòmic de Catalunya*, 19-25/01/05.

Carlos M. Moreno Pérez, "Los valores del directivo", *Expansión-Catalunya* 19 de enero de 2005.

Carlos M. Moreno Pérez, "El bon tracte dona resultats", *Dossier Econòmic de Catalunya*, 18-24/12/04.

Carlos M. Moreno Pérez, "L'ètica en el dia a dia de l'empresa", *Dossier Econòmic de Catalunya*, 15-25/06/04.

Carlos M. Moreno Pérez, "De virtudes y valores", *Expansión-Catalunya*, 13 de diciembre de 2004.

OTRAS ACTIVIDADES DE LOS SOCIOS

Antonio Argandoña, participó en las XIII Jornadas Ética y Empresa, Empresa y Desarrollo Sostenible. Olbeira, 6 de noviembre de 2004 donde pronunció una conferencia sobre "Empresa y desarrollo sostenible". También, en la Jornada Joan Sardà 2004, Ètica i Empresa, organizada por la Fundació Caixa Sabadell, en Barcelona, el 16 de noviembre de 2004. Pronunció una conferencia sobre "Per què les empreses han de ser ètiques,... i per què moltes vagades no ho són" y dictó una conferencia sobre "Ética y responsabilidad en los órganos de gobierno" en las XIV Jornadas de Cajas Rurales Cooperativas de Crédito Valencianas celebradas en Alicante, el 4 de febrero de 2005.

Ildelfonso Camacho, presentó la ponencia "El bien común. Una nueva conciencia social para los cristianos" en el XIII Curso de Formación de Doctrina Social de la Iglesia, organizado por la Comisión Episcopal de Pastoral Social de la Fundación Pablo VI en Madrid.

Jesús Conill, presentó la ponencia "Cohesión y Calidad del Sistema Nacional de Salud" en el VI Congreso Nacional de Bioética celebrado en Sevilla entre el 12-14 de febrero de 2004. También, la ponencia "La formación ética de las profesiones" en el Simposio Centroamericano sobre Ética de las Profesiones en Guatemala de la Asunción, los días 15-17 de junio de 2004. Así, también, la comunicación, "New Proposal for

Reconstructing the Ethical Foundations on Amartya Sen's Capability Approach", en la 4th Conference on the Capability Approach, enhancing Human Security que tuvo lugar en la Universidad de Pavia, los días 5-7 septiembre de 2004. Participó en la mesa redonda con José Martín sobre "La tensa relación entre ética y economía" en la Escuela Andaluza de Salud Pública, Granada, diciembre de 2004.

Agustín Domingo Moratalla, impartió una conferencia en UIMP-2004 en el Curso Organización y Cambio Institucional en la Dirección de Asuntos Públicos titulada: "*La ética como factor estratégico del cambio institucional*". Asimismo, impartió la conferencia: "*Ética y Medios: de la responsabilidad a la excelencia profesional*" en el II Congreso Nacional de Medios de Comunicación y Derechos de los Usuarios en Madrid, Noviembre del 2004. Presentó la ponencia "La Ética de las profesiones en la formación universitaria: ¿nihilismo o responsabilidad?" en el *Foro Internacional de Ética y Educación*, celebrado en México en el 2004. Fue el Director del *I Congreso Internacional "Educación e Inmigración. El reto de la Interculturalidad"*, organizado por la Generalidad Valenciana en Noviembre del 2004, con la asistencia de más de 1200 profesores. Cfr. www.cei-cv.org. Es Director del proyecto de investigación seleccionado en las *Becas 2004 de la Fundación Mapfre-Medicina* titulado: "La rentabilidad de la Bioética para la Gestión Sanitaria: creación, desarrollo y aplicación de comités de Ética Asistencial como instrumentos para el desarrollo de la responsabilidad social corporativa".

Germán Granda, presentó el Informe 2004 sobre Responsabilidad Social de las Empresas de Forética, Madrid, en Octubre del 2004. El III Encuentro Forética "Eficiencia en la Comunicación", celebrado el 22 de noviembre en Barcelona, puso el broche final al ciclo de encuentros sobre "Excelencia y RSE". La Comisión Europea ha designado a forética info-point español de RSC dentro del programa de la red de organizaciones www.ethicalwork.org y en nuestro país, la asociación forma parte del Comité de Expertos de RSC del Ministerio de Trabajo y la Junta Directiva de la Asociación Pacto Mundial de Pacto de la ONU en España, entre otras.

José Luis Lizcano, pronunció la conferencia de apertura "¿Qué es la responsabilidad social corporativa?", en la Jornada sobre Responsabilidad

Social de la Empresa. Negocios y Sociedad, celebrada el 25 de noviembre en Valladolid organizada por AECA, Aula Social, Foro de Empresarios de Valladolid, Fundación Schola y la Universidad de Valladolid. También, pronunció el 16 de diciembre de 2004 la conferencia inaugural "El marco conceptual de la RSC", en las I Jornadas sobre Responsabilidad Social Corporativa, "Situación Actual y Perspectivas de Futuro" en el Centro Cultural, en Carmona, de la Universidad Pablo de Olavide..

José Miguel Rodríguez presentó la comunicación, "Los modelos de gobierno de la empresa: nuevas aportaciones desde el análisis económico de la firma", en el IX Congreso de Economía de Castilla y León, Palencia, 25-27 de noviembre de 2004. También, en colaboración con otros autores, en el mismo congreso "Las empresas de economía social en el sector manufacturero: perfil económico y financiero". Impartió un seminario sobre "Modelos de gobierno de la empresa y responsabilidad social corporativa", en la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de San Sebastián, el 7 de febrero de 2005.

Alejo José G. Sison, impartió la conferencia "*Leadership, Ethics and Corporate Culture*" en el *Siemens Management Learning Program*, Madrid, España, noviembre 2004. Asimismo, la conferencia, "Corporate Ethics and Corporate Governance" Module of the Volkswagn Coaching GMBH, Wolfsburg, Alemania, 2004-05.

Alberto de Urriaga, presentó la ponencia "Fundamentos Éticos para el Desarrollo Sostenible" en el Congreso Nacional del Medio Ambiente –CONAMA– en Noviembre. También en noviembre, la ponencia "Seguridad Industrial y Barreras Técnicas" en el II Foro sobre Seguridad Industrial, Asociación de Organismos de Control –ASORCO–. En Diciembre, en el programa de Doctorado de la Cátedra Javier Benjumea de Ética Económica y Empresarial, la ponencia "Certificación de la Gestión Ética".

El lunes 23 de mayo Redacción de Noticias os enviará un correo para que hagáis llegar vuestras publicaciones y actividades.

Agradecemos que mantengáis informada a la Redacción de Noticias de vuestra participación en conferencias y congresos, viajes y otras actividades.

AGENDA DE ACTIVIDADES

La **EBEN Annual Conference** se celebrará en Deutsches Netzwerk Wirtschafts Ethik –DNWE– Jahrestagung, Boon, Alemania entre los días 22- 24 de septiembre. El tema de la conferencia será State, Business, Stakeholders. Ethical Perspectives on Balancing Business and Public Interests. Podéis consultar más detalles en: www.eben.org, www.dnwe.de

En los días 21 y 22 de septiembre, previamente a la conferencia anual de EBEN, se celebrará **2005 EBEN Doctoral Workshop** en Deutsches Netzwerk Wirtschafts Ethik –DNWE– Jahrestagung, Boon, Alemania.

Entre los días 16 y 18 de junio se celebrará **EBEN Research Conference 2005** en Tallin, Estonia. La conferencia será acogida por *The Estonian Business School and EBS Centre for Ethics*. El título de la conferencia es **“Ethical Leadership. Ethical Challenges for Businesses”**.

Más información en:
Mari Kooskora
Director
EBS Centre for Ethics
Estonian Business School
10114 Tallinn
Estonia

Tel. + 372 665 1346; + 372 665 1300
Fax + 372 631 3959
Email: mari.kooskora@ebs.ee
<http://www.ebs.ee/index.php?id=2218>

En Mayo 23-25, 2005: **Workshop in Marketing Ethics, University of Notre Dame**. Más información, contactad con: PatrickE. Murphy. Univversitu of Notre Dame, Mendoza Collage of Business, pmurphy1@nd.edu

En Junio 2-5, 2005: Conferencia Internacional sobre **Ethics and Integrity of Governnace: A Translantic Dialogue**, Leuven, Bélgica. Más información contactad con: jeroen.maesschalck@soc.kuleuven.ac.be

En Agosto, 4 -7, 2005: Conferencia Annual de la **Society for Business Ethics** en Honolulu, Hawai. Se celebra el 25 Aniversario. Más información en: www.societyforbusinessethics.org

En Septiembre, AECA anuncia su XIII Congreso, cuya temática será Armonización y Gobierno de la Diversidad, en Oviedo. Más información en: www.aeca.es

Ética, Economía y Dirección. Asociación Española de Ética de la Economía y de las Organizaciones (EBEN-España)

Presidente: Prof. José L. Fernández. ICADE - Universidad Pontificia Comillas. Alberto Aguilera 23, 28015 Madrid. Tel. 915 422 800 - Fax. 915 596 569.

Editor de Noticias: Prof. Carlos M^a Moreno. Universitat Ramon Llull. C. Císter 34, 08022 Barcelona. Tel. 932 533 000 - Fax. 932 533 031. carlosmp@blanquerna.url.es

ISSN: 1135-4836

Depósito Legal: B. 1.011-1996