

# Noticias

Marzo de 2009 Año XVI, número 1

---

## **Noticias del XVII Congreso**

Como ya sabéis el XVII Congreso Nacional de nuestra Asociación se celebrará los días 25 y 26 de Junio en la Universidad de Granada, promovido por nuestro socio Pedro Francés y el Departamento de Filosofía I, con el título genérico de “Ética y Responsabilidad ante la crisis”. Para más información podéis consultar la siguiente página:

<http://www.ugr.es/~pfg/eben09/>

## **Noticias de artículos**

### **Antonio Argandoña**

Profesor del IESE Business School y Director de la Cátedra ‘la Caixa’ Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo.

*Web de la Cátedra ‘la Caixa’ de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, Enero del 2009.*

### **¿Por qué ha de ser socialmente responsable una empresa?**

A la hora de la verdad, esta es “la” pregunta sobre la responsabilidad social de la empresa (RSE): ¿por qué? En el fondo, es la misma pregunta que nos hacemos en nuestra vida privada, familiar, profesional y pública: ¿por qué he de ser ético? ¿Por qué debo actuar de acuerdo con algunos criterios que limitan mi

libertad para hacer lo que me dé la gana en cada momento?

En el caso de la RSE, se me ocurren sólo tres respuestas. No son nuevas, por supuesto: todas ellas, con diversas variantes, han sido planteadas ya antes, y me parece que volveremos a leer sobre ellas una vez y otra.

### *La rentabilidad de la RSE*

La primera es que la RSE es rentable. Los que proponen esta solución parecen suponer que el fin de la empresa es la rentabilidad, la eficiencia económica, el beneficio, la creación de valor para el accionista. La tesis de la rentabilidad de la RSE tiene dos versiones: una débil y otra fuerte. La versión débil afirma que la RSE es compatible con la creación de valor para el accionista: no la destruye o, al menos, la afecta muy poco. Es, pues, admisible, para conseguir algún objetivo secundario, como la tranquilidad de conciencia del directivo o el aprecio de la sociedad por la labor de la empresa. Quizás no tenga un efecto positivo importante, pero tampoco su posible efecto negativo será digno de mención. Me viene a la memoria un chiste de Mingote, de hace muchos años. Mingote se inventó un personaje, Gundisalvo, que se presentaba como candidato a las elecciones bajo el lema "Vote a Gundisalvo. A usted, ¿qué más le da?". Pues... sea usted responsable, porque eso no tiene consecuencias importantes para la rentabilidad de su empresa.

La tesis fuerte de la rentabilidad es que la RSE aporta valor para el accionista, o sea, genera beneficios netos, al menos a largo plazo. Se han escrito muchas páginas explicando cómo puede ser eso: porque ahorra

regulaciones, boicots o multas; porque gana la lealtad de los clientes; porque atrae, retiene y motiva a los mejores empleados; porque atrae inversores socialmente responsables, que estarán dispuestos a invertir en la empresa aunque ofrezca una rentabilidad menor; porque evita el desperdicio y reduce los costes,... Si esta tesis es verdad, y la empresa pretende no sólo alcanzar una rentabilidad adecuada, sino la máxima rentabilidad privada posible, habría que despedir a los directivos que no pusiesen en práctica la RSE, porque estarían descuidando un medio importante para esa maximización.

El problema de la tesis fuerte es que no estamos seguros de que sea verdad. Hay muchos estudios empíricos que intentan probarla, pero me parece que la conclusión final no es concluyente. En todo caso, llama la atención el hecho de que hemos necesitado varios cientos de años de empresa capitalista para descubrir que aún pueden aumentar más los beneficios... gracias a una manera de trabajar basada en argumentos no de eficiencia económica, sino de responsabilidad social. O sea: cuando hemos dejado de pensar en ganar dinero, entonces hemos descubierto la manera de ganar más dinero.

La conclusión a la que llego, después de todo esto, es que el argumento de la rentabilidad de la RSE no va a ser

admitido por todos. Unos se lo creerán a pies juntillas, y otros no se lo creerán ni por el forro. Entre estos figurarán, probablemente, los directores generales de empresas sometidas a la tiranía del resultado en bolsa a corto plazo: o demuestran que la RSE genera beneficios puros y duros, o se juegan el puesto. Y otros, en fin, dirán que ya les viene bien lo de la rentabilidad de la RSE, mientras no sea manifiestamente cara. Lo malo de estos últimos es que, el día en que descubran que una práctica no responsable es muy rentable, tirarán por la borda sus convicciones sobre la RSE.

El argumento de la rentabilidad de la RSE tiene aún otra variante: es rentable, pero no para la empresa, sino para la sociedad. Bien, es verdad. Pero si adoptamos este punto de vista, volvemos a la primera casilla del juego: ¿por qué he de ser socialmente responsable, si esto beneficia a la sociedad en general, pero no necesariamente a mi empresa?

#### *La responsabilidad social obligatoria*

La segunda gran razón para comportarse de acuerdo con la RSE es su obligatoriedad. La RSE no puede ser voluntaria, dicen algunos, porque entonces nadie la aplicará. Hay que convertirla en ley, en regulación, en norma. Puede ser una norma exigible jurídicamente, o exigible sólo

socialmente, vía acciones de presión social, con incentivos positivos (reconocimiento, aplauso, medallero) o negativos (boicots, mala prensa). Bueno, es un argumento sólido, ¿no? Pero presenta algunos puntos débiles.

Uno: bajo este enfoque, lo que importa son los resultados, no las motivaciones. Un empresario acabará abriendo una guardería para los hijos de sus trabajadores porque lo manda la ley, o porque lo exige el convenio colectivo. Pero esto no significa que se preocupe de sus trabajadores. Para muchos, lo importante es el resultado; los medios son poco relevantes.

Dos: lo malo del resultado por el resultado es que crea un incentivo a saltarse la norma cuando sea posible: hecha la ley, hecha la trampa. Y tendremos que volver a legislar.

Tres: la ley puede ser injusta –y sería muy poco responsable cumplir cuidadosamente una ley injusta. Y lo mismo puede decirse de la norma social. Que, además, será cambiante. Pero si puede cambiar, queda abierto el camino para la contrapresión social y la labor de lobby. ¿Qué es lo responsable: hacer lo que la sociedad pide, o tratar de cambiar esas preferencias sociales? ¿Y si no hay unanimidad en la sociedad acerca de lo que se espera de las empresas? ¿Deben estar abriendo guarderías, hacer obras de caridad, proteger el

medioambiente, mejorar la fiabilidad de sus productos...? Según a quién le pregunten, tendrán respuestas diferentes. Entonces, ¿qué es lo que pide la sociedad?

Y cuarto (y no me quiero alargar más sobre la obligatoriedad de la RSE): la ley suele llegar tarde, sobre todo en momentos de gran cambio social, como los que vivimos ahora. ¿Qué es, entonces, lo responsable: cumplir la ley o la norma social que se ha quedado desfasada, o tratar de entender cuál es la responsabilidad en ese caso concreto y cambiante? Claro que esto es mucho más difícil de cumplir. Por eso, muchas empresas piden que la RSE se convierta en una regulación clara, no muy cara (si es posible) y aplicable a todos, también a sus competidores: si hay que abrir guarderías, que todos lo tengan que hacer, de modo que no haya privilegiados que se ahorren ese gasto social. Problema: si los chinos no gastan en guarderías, serán más competitivos que nosotros. Por tanto, hay que extender la legislación de RSE también a China... pero, ¿también hay que exigir guarderías en Chad, Somalia o Nepal?

Pero todo esto significa que la RSE se ve como una carga, un coste, que hay que minimizar, y que habrá que saltarse cuando sea necesario (por ejemplo, en una recesión económica). Entender la RSE como la respuesta a

las exigencias, demandas o expectativas de la sociedad está muy bien cuando se enuncia, pero es muy complicado a la hora de aplicarlo. Si la RSE se convierte en una ley pública y obligatoria, vale, habrá que cumplirla: pero esta no será una responsabilidad social, sino jurídica. Y no obligará a las empresas a ir más allá de lo estrictamente mandado por el legislador. ¿Por qué han de cumplir algo que no está mandado? Volvemos a la primera casilla del juego: ¿por qué ha de cumplir una empresa la RSE que le pide la sociedad, más allá de lo que dice la ley?

#### *RSE y excelencia*

Nos queda por analizar la tercera respuesta: un directivo o empresario ha de ser socialmente responsable porque ese es su deber moral. "Tiene que" tratar bien a sus empleados, porque ese es su deber; "tiene que" tratar bien a sus clientes, porque ese es su deber; "tiene que" cuidar el medioambiente, porque ese es su deber,...

Bien, pero esto provoca inmediatamente al menos dos preguntas. Primera: ¿cumplirá ese deber? ¡Oh!, no lo sé. No disponemos de instrumentos compulsivos para obligar a los directivos a ser respetuosos con el medio ambiente, o a tratar con respeto la dignidad de sus empleados, más allá de lo que diga la ley. Pero esto no significa que ese

deber no sea obligatorio, y a veces más obligatorio que el que está respaldado por los jueces y la cárcel. Si alguien me para por la calle y me pregunta dónde está tal dirección, yo se lo diré, no porque me lo manden las ordenanzas municipales, sino porque es mi deber, porque eso es lo que se espera de mí.

¿Significa esto que nadie cumplirá las exigencias de la RSE? No: la inmensa mayoría de los ciudadanos dice la verdad cuando se les pregunta por una dirección, porque es su deber. Del mismo modo, la RSE es un deber ético y social del empresario o del directivo, que este ha de cumplir, porque “es su deber”. Y si trata de ser un buen directivo, un directivo excelente, “ha de ser” responsable: no le queda otro remedio, no es optativo. Ser social y éticamente irresponsable es ser un mal directivo.

Y esto responde a la segunda pregunta que quería formular: debo ser responsable “porque es mi deber”, pero, ¿cuál es “mi deber”? No hay respuestas genéricas para esta pregunta: simplemente, cada empresario o directivo debe preguntarse, en cada caso concreto: ¿qué es lo que se espera de mí en este caso, si he de comportarme con un buen empresario o directivo? Y la respuesta que se dé a sí mismo en cada caso incluirá lo que para él, en

aquella circunstancia, es ser responsable. Y en la medida en que esa sea una responsabilidad asumida frente a la sociedad, será su responsabilidad social corporativa.

Sí, ya sé que esto sonará a algunos a música celestial. Pero, la verdad, no se me ocurre otra razón más profunda, a la hora de proponer, sugerir o exigir una conducta socialmente responsable. ¿Quiere usted rentabilidad a corto plazo? Examine cuidadosamente las ventajas y los costes de ser socialmente responsable, porque no siempre las primeras serán mayores que los segundos. Pero esto no basta: aunque el saldo sea positivo, usted debe preguntarse si este es el mejor uso de los recursos de que dispone. Y si su respuesta es afirmativa, intente convencer a sus inversores y accionistas.

¿Quiere usted resultados sociales? Haga una ley. Pero prepárese a hacer frente a las numerosas consecuencias indeseadas de esa ley, incluyendo el aprendizaje negativo de los que tienen que cumplirla.

¿Quiere usted que las personas mejoren? Entonces, no busque la maximización del beneficio, ni haga una ley: enséñeles a comportarse como personas excelentes, y habrá descubierto usted la RSE.

**Josep M<sup>a</sup> Lozano**

Profesor de ESADE Business School

Web de Josep M<sup>a</sup> Lozano: [www.josepmlozano.cat](http://www.josepmlozano.cat)

Enlace del artículo:

<http://www.josepmlozano.cat/Bloc0/PersonaEmpresaySociedad/tabid/218/EntryID/770/language/ca-ES/Default.aspx>

### **¿Y si habláramos de las Escuelas de Negocios?**

Si hay algo clásico cuando los periódicos informan sobre un nombramiento para un cargo directivo en una empresa, es hacer constar en qué universidad o escuela de negocios han estudiado. Algunos departamentos de prensa están encantados con esta costumbre, porque así pueden sumar "impactos" comunicativos. Pues bien: estas últimas semanas también hemos visto a diversos directivos ser noticia en los medios de comunicación, en muchos casos debido al dudoso honor de haber contribuido activamente al hundimiento de la empresa en la que trabajaban (y por haber cobrado sustanciosas cantidades por conseguirlo, dicho sea de paso). Pero curiosamente, en estos casos nunca hemos sabido dónde se habían formado, como si fueran verdaderos apátridas intelectuales.

No pensemos sólo en los altos directivos: cuando hay crisis como la actual, también es un clásico la foto

de los profesionales despedidos que dejan su trabajo cargando con una caja de cartón. ¿Y qué cargan, en esta caja? No lo sabemos, pero podemos especular que quizás una de las cosas que probablemente llevan es su título de MBA. Esta especulación no es una boutade: un destino prioritario de los MBA ha sido la banca de inversión. Para más de una escuela de negocios de primer nivel, empresas como las que han quebrado han sido un destino preferente de sus MBA en los últimos años. Lo que no tiene nada de extraño, puesto que ofrecían jugosos ingresos a quienes contrataban, y de paso, eso hacía que las escuelas de negocios subieran en los rankings correspondientes, dado que una de las cosas que más se valora para mejorar en la clasificación en estos rankings es el incremento salarial que obtienen los MBA después de haberlo cursado, comparado con lo que ganaban antes de hacerlo. Así pues, quizás no nos debería sorprender

tanto que, cuando se convierten en masters del universo, se embolsen unas remuneraciones astronómicas, si uno de los mensajes principales que reciben desde su formación es que un indicador preferente por valorar el centro en el que estudian es la cifra que pasan a ganar cuando finalizan. Además de lamentarse ante lo que ha pasado, quizás las escuelas de negocios también deberían preguntarse hasta qué punto han contribuido a ello. Tal vez no haya sido una contribución bajo una estricta relación causa-efecto, pero alguna sincronidad debe haber, al menos similar a la que exhiben cuando algún directivo prospera en el mundo empresarial.

Algún día las escuelas de negocios tendrán que preguntarse hasta qué punto en los últimos años la presión de los rankings (y su lógica) ha condicionado, cuando menos, su discurso, sus mensajes y su comunicación. Pero mientras llega este día, hay bastantes cosas a hacer, cosas que quizás nunca deberían dejar de hacerse. Es verdad que hace falta revisar los currículums y algunos aspectos de los programas de formación. A propósito: estoy seguro de que, en estos momentos, ya se ha dado el pistoletazo de salida para ver cuál es la primera escuela de negocios que puede aparecer en los medios de comunicación diciendo

que sus alumnos analizan, por ejemplo, el "caso Lehman Brothers" para entender qué ha pasado y ayudar a evitar que se pueda repetir. Eso está muy bien, por supuesto. Pero últimamente me viene a menudo a la memoria un libro de John Elkington, que fue uno de los primeros en los que se hablaba de lo que ahora se denomina la triple cuenta de resultados. El libro se titulaba *Cannibals with forks*, y planteaba provocativamente la pregunta de si el progreso consiste en conseguir que los caníbales coman con tenedor.

Pues bien: creo que la crisis actual también plantea a las escuelas de negocios si su función sólo es enseñar a comer con tenedor. Si su trabajo sólo es mejorar los instrumentos que se usan, las capacidades y habilidades que se adquieren, las tecnologías que se manejan y los conceptos que se aprenden. Pero desde el supuesto de que la cuestión de quién las usa y para qué no les atañe en tanto que escuelas de negocios. Es evidente que instrumentos, capacidades, habilidades, tecnologías y conceptos son fundamentales. Y cuanto más desarrollados y afinados, mejor. Pero entreverado con todos ellos existe también un debate ideológico y valorativo que les pide -y les pedirá- cada vez más que se definan: qué

modelo de empresa y, sobre todo, qué modelo de éxito empresarial transmiten en todos y cada uno de sus mensajes y de sus actividades, tanto docentes como no docentes. Ninguna escuela de negocios podrá zafarse en los próximos años de tener algo que decir sobre los valores y los modelos de empresa que propone y defiende, y cuáles cuestiona y rechaza. A sabiendas de que, al hacer eso, a diferencia de cuando se limitaba a hablar de técnicas de gestión (de tenedores, vaya) no podrá satisfacer todo el mundo.

Es evidente que, como tantas cosas, muchas de estas cuestiones no nacen con la crisis. Porque ya hace tiempo que están sistemáticamente presentes en la agenda de algunas escuelas negocios. Esto se refleja, por ejemplo, en el proyecto Beyond Grey Pinstripes donde, con algunas limitaciones evidentes que ahora no vienen al caso, se pone de manifiesto que estas preocupaciones no son ni han sido ajenas a muchas escuelas de negocios.

No obstante, lo que sí que creo es que el reto que plantea la crisis actual a las escuelas de negocios no es, en último término, sólo un reto de currículum: es también -y sobre todo- un reto ideológico y de identidad.

Las empresas que ejercen la responsabilidad social corporativa, ¿saldrán de la crisis actual con más facilidad? La respuesta es: no. Si su empresa no es una empresa responsable, olvídense de la responsabilidad social a la hora de solucionar sus problemas actuales. La responsabilidad no consigue crédito cuando este es escaso y caro, ni aumenta los pedidos cuando la demanda cae, ni reduce el coste de las primeras materias cuando estas se encarecen, ni obliga a los clientes a pagar sus deudas puntualmente cuando no tienen liquidez,... Tampoco elimina los errores de la dirección de la empresa, sobre todo cuando ya los ha cometido. La responsabilidad social no es la panacea.

Si su empresa es ya responsable... hablemos con más calma. Las respuestas del párrafo anterior siguen siendo las correctas, pero seguramente encontraremos diferencias que no le salvarán de una crisis profunda y duradera, pero que le permitirán gestionarla mejor.

Porque una empresa responsable quizás haya conseguido empleados más leales, que se dan cuenta de lo que la empresa pretende hacer por ellos, y que están dispuestos a apretarse el cinturón un poco cuando la empresa lo necesita. No tanto como para renunciar al sueldo, claro: esto sería antinatural. Pero sí como para



adoptar actitudes de mayor colaboración, si la dirección se lo pide, si les muestra su confianza en ellos y si está dispuesta a recibir sus consejos y su ayuda (lo que nos lleva a la conclusión de que la humildad es una virtud necesaria siempre, pero sobre todo en situaciones difíciles).

Y lo mismo ocurrirá, quizás, con la respuesta de los clientes y proveedores, otra vez con límites, pero, de nuevo, ofreciendo un margen de confianza a la empresa. Claro que esto depende no sólo del grado de responsabilidad de la empresa en el pasado, sino también de la sensibilidad y calidad moral de los empleados, clientes y proveedores, que ninguna empresa tiene garantizada (aunque sí puede luchar por mejorarlas).

Una empresa responsable pensará, sin duda, en el largo plazo, de modo que habrá cometido menos errores – al menos, los errores debidos al cortoplacismo-, y habrá asegurado mejor la continuidad: un apalancamiento más prudente, una gestión de inventarios más sensata,... Y esto será así si la responsabilidad social no fue un añadido, sino algo integrado en el negocio, que informa todas sus actividades.

Un equipo directivo responsable tratará de tomar en consideración todas las consecuencias relevantes de sus decisiones, sobre ellos mismos,

sobre sus clientes y proveedores, sobre sus trabajadores, sobre los accionistas y sobre la sociedad en que se mueve la empresa. Por tanto, podrá tener en cuenta consecuencias que otros no tendrán en cuenta, poniéndose en la piel de todos sus implicados y tratando de tener en cuenta sus necesidades. Esto significa que será más fácil anticiparse a los problemas y gestionar los riesgos y los impactos de sus decisiones. Y, seguramente, esos directivos habrán desarrollado también una cultura de diálogo abierto y transparente, que facilitará los acuerdos.

Los expertos aconsejan que, ante una situación de crisis, las empresas presten mayor atención al cliente, que es el que, en definitiva, comprará sus productos (y los pagará, si puede); que procuren una respuesta unánime dentro de la organización, apoyándose en el equipo humano (que es el que proporciona las ventajas competitivas de la organización); que moderen los costes, desarrollando una cultura de austeridad; que reconozcan la crisis, sin buscar culpables sobre los que arrojar el mal humor; que actúen con prudencia, que significa ser rápidos cuando conviene y no sobrereaccionar,... Y todo esto es más probable que lo lleve a cabo un equipo directivo responsable que otro que no lo sea.

Sí, ya sé que todo esto no convencerá al que no esté ya convencido. En todo caso, no hay una manera única de salir de una crisis, y es seguro que la empresa responsable saldrá de otra manera, que mantendrá mejor la cohesión de su equipo humano y la lealtad y confianza de sus clientes, proveedores y vecinos. Y, en medio de la urgencia de los problemas, no se olvidará nunca de que siempre hay un después, y de que, por tanto, las soluciones desesperadas son malas soluciones si acaban creando problemas mayores en el futuro. En parte, esto es lo que nos ha ocurrido

en los últimos años, y volverá a ocurrir en el futuro, al menos en las empresas poco responsables.

Leí hace poco que uno no se encuentra con la crisis que quiere, sino con la crisis que se merece. Quizás a nivel macroeconómico no es del todo verdad: muchos quizás nos merecemos lo que está ocurriendo, pero quizás otros no. En todo caso, la manera de gestionar nuestras empresas sí que condiciona, de un modo importante, cómo nos afecta, de modo que "nuestra" crisis quizás sí sea la crisis que nos merecemos... y la crisis que podemos superar.

### **Adela Cortina**

Catedrática de Ética y Filosofía Política de la Universidad de Valencia y Directora de la Fundación ÉTNOR.

*El País*, 24 noviembre de 2008.

### **La calidad de las Humanidades**

Hay asuntos que parecen gremiales y, sin embargo, tienen consecuencias en el conjunto de la sociedad. Así ocurre con las mediciones de calidad de la investigación, concretamente, en el ámbito de las Humanidades, que merecen un debate amplio.

Es necesario un amplio y serio debate sobre la evaluación de las investigaciones.

Medir parece cosa de cantidades y, sin embargo, desde hace algún tiempo la obsesión por la medida se ha trasladado a la calidad. Se mide la calidad de la vida, de las democracias, del quehacer empresarial y de las instituciones educativas en sus distintos niveles. Y en el caso de la Universidad, se aplica el ábaco a los centros, pero también a la actividad de los profesores, sobre todo la

investigadora, que es a la que me quiero referir.

Los resultados de tales mediciones son del mayor interés, sobre todo en dos casos: la acreditación para desempeñar tareas docentes, como contratado o como funcionario, y el reconocimiento de sexenios de investigación. La acreditación es el filtro por el que deben pasar los futuros profesores, cosa crucial en la vida de un país; los sexenios suponen un pequeño aumento económico, pero sobre todo un mejor bagaje para la acreditación, el emeritaje y para obtener un cierto reconocimiento, importante en la vida de un profesional.

Claro que los ábacos nunca pueden medir la valía. Miden lo que miden, y con los actuales criterios Ortega o Zubiri no tendrían ningún sexenio ni habrían sido acreditados. Pero cada cual es hijo de su tiempo y desde hace unos años la calidad se mide por la cantidad en los casos que comentamos, por eso sería preciso discutir al menos dos cosas: si tiene que ser así y, si no queda otro remedio, cuáles han de ser los parámetros para ajustarse lo más posible a lo que se pretende evaluar. Una vez decididos los criterios, si eso llega, han de ser muy claros, para que ni los evaluadores topen con dificultades excesivas ni los candidatos se encuentren en una

situación de inseguridad evaluativa. Porque una cosa es la aplicación prudencial de unos criterios claros a los casos concretos, otra bien distinta, la lotería, que cuando cuenta demasiado da en arbitrariedad.

El asunto se complica al buscar parámetros para las Humanidades. Y no porque no haya en ese campo trabajos de mayor o menor calidad, o porque no exista posibilidad de evaluación, sino porque, en aras de la simplificación, siempre perversa, se aplica en ellas el mecanismo expeditivo que nació en el mundo de las "ciencias duras", y no vale para estas otras formas de saber. Una traslación que se repite con frecuencia en planes de estudios o en proyectos de investigación, como si no hubiera más racionalidad que la de las "Naturalidades", como les llamé Ortega.

Miden las Naturalidades la calidad de su investigación más por los artículos publicados en las llamadas revistas de impacto que por los libros. Quien logre situar en ellas un trabajo parece dar por demostrada su calidad. Nacen con ello los índices de revistas de impacto, en los que debe posicionarse cualquier revista que quiera recibir buenos artículos, porque mal podrá acreditarse o ver un sexenio reconocido quien publique en las revistas peor situadas en el ranking, con lo cual el efecto Mateo se ceba en

la investigación. A las revistas más valoradas, los trabajos mejores se les darán, y a las otras, los restantes.

Claro que las cosas no son tan simples, y algo se ha escrito sobre estafas en revistas de élite y sobre la necesidad de entrar en una trama social para publicar en ellas. Pero esas denuncias sí que han tenido poco impacto, porque el mundo de las ciencias duras y de saberes cercanos, como la lógica, han entrado en esa deriva, al parecer sin remisión, y han contagiado a las Humanidades, cuando es éste un ámbito del saber bien distinto.

El historiador o el filósofo que tienen algo importante que decir, amén de escribir artículos, necesitan expresarlo en un libro, o en varios. El progreso en esos saberes requiere la base de una concepción bien explicitada y no un apunte conciso, por eso quien en la edad madura no ha sido capaz de escribir un libro de su cosecha ya ha demostrado suficientemente su esterilidad. Tal vez por esa razón las revistas correspondientes no se han

afanado por “situarse bien” en los rankings, sobre todo en los extranjeros, a lo cual se suma la diversidad de valoraciones que reciben las mismas revistas en los distintos índices.

En el extremo opuesto se encuentran los localistas, los que publican sólo en revistas de su universidad, en aquellas de cuyo consejo de redacción son miembros, o en instituciones dispuestas a publicar cualquier cosa. Cuando lo cierto es que un investigador ha de esforzarse por llegar más allá de su localidad y sus amistades y dejarse medir por otros más exigentes. Pero también los evaluadores han de saber que en el campo de las Humanidades los investigadores de calidad escriben, sobre todo, buenos libros.

Ante esta Babel de criterios es urgente un amplio y serio debate sobre cómo evaluar la calidad de la investigación en Humanidades que reduzca al mínimo la inseguridad evaluativa.

**Elsa González**

Profesora del Departament de Filosofia i Sociologia de la Universitat Jaume I

*Valmetal*, Diciembre del 2008.

### **La gestión ética de los stakeholders en la empresa**

Durante la última década se oye hablar en muchos foros de la importancia que tiene la gestión de las relaciones con los *stakeholders*. También leemos y escuchamos discursos sobre la relevancia que tiene para una visión de largo plazo del proyecto empresarial la generación de confianza con los principales interlocutores de la empresa.

Esta idea que, poco a poco, va calando en la gestión y dirección de empresas procede de una nueva visión empresarial, que tiene sus orígenes en la Teoría de los stakeholders. Bajo esta teoría organizativa y ética, se muestra que una empresa debe ser entendida como el esfuerzo cooperativo de todos los implicados y afectados por la empresa. Donde, el resultado de tal cooperación es la generación de valor en términos económicos, sociales y medioambientales. Así el *stakeholder* se define como todo aquel individuo o grupo que puede afectar o ser afectado por los logros o bien los objetivos de una determinada organización empresarial.

Como se puede ver, nos situamos frente a una concepción de la empresa como pluralidad de intereses, donde cada *stakeholder* tiene que ser considerado como un interlocutor. Dos consecuencias se derivan de esta consideración. En primer lugar, que para la empresa es vital mantener canales de comunicación abiertos y fluidos con los diferentes grupos de interés; y, en segundo lugar, que el diálogo tiene que ser bidireccional y abarcar todo el proceso de toma de decisiones de la empresa.

Una gestión de la empresa basada en las relaciones con los *stakeholders*, permite que la empresa posea información directa sobre las expectativas, intereses y preocupaciones de los distintos *stakeholders*. Además, posibilita que la empresa se posicione respecto a ellos con políticas y estrategias de corto, medio y largo plazo, dándolas a conocer y, por tanto, cobrando credibilidad respecto a sus decisiones. Y, sobre todo, bajo esta perspectiva la organización es capaz de definir adecuadamente los valores y principios rectores, así como, contar

con la información relevante para relacionarse con los distintos grupos de intereses, especialmente porque posee canales de comunicación y de diálogo fluidos que le permiten la generación de confianza.

Desde aquí la gestión ética de la empresa es posible entendiendo que el objetivo final siempre será el largo plazo del proyecto empresarial. Por tanto, donde la creación de valor se define como la maximización de riqueza y valor para todos y cada uno de los *stakeholders*. Donde el valor y la riqueza no se mide exclusivamente en términos físicos o monetarios. Un buen ejemplo lo constituyen aquellas iniciativas que favorecen la conciliación trabajo-familia, que para muchos *stakeholders* significa creación de valor social.

En definitiva, la gestión basada en la existencia de diversos grupos de

intereses implica la consideración de los implicados y afectados por el proyecto empresarial como interlocutores. Una gestión ética de la empresa plural lleva como consecuencia al diseño de canales de comunicación y diálogo, abiertos y transparentes. En la actualidad los códigos éticos y los Informes de Responsabilidad Empresarial están demostrando ser eficaces y eficientes herramientas de gestión de los valores e intereses de los diferentes *stakeholders* que configuran la empresa. Especialmente, cuando ambos instrumentos se entienden como medios de comunicación y de participación. La finalidad es contar con información relevante para la gestión así como modificar criterios y estrategias de gestión con el fin de lograr la creación de valor y riqueza económica, social y medioambiental.

### **Roberto Ballester**

Gerente de la Fundación Étnor

*Economía* 3, nº 194 Febrero 2009.

### **Ciudadanía Económica Europea**

Ahora que todos los gobiernos europeos andan reuniéndose para dar una respuesta económica global a la situación actual, parece más evidente que nunca que lo que se echa en falta es construir una verdadera ciudadanía económica europea.

Ciudadanía económica que debe plantear un modelo tanto desde el punto de vista empresarial como desde la perspectiva individual.

De hecho, el proceso de construcción europea sólo tendrá éxito si somos

capaces de desarrollar una ciudadanía europea activa y que atienda tanto a la dimensión política como a la económica. Un buen ejemplo de esto nos lo sirvió el pasado proceso de aprobación de la Constitución Europea.

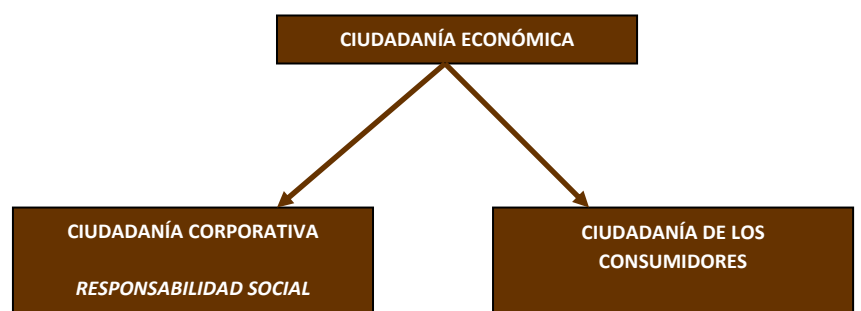
Podríamos definir el concepto de ciudadanía económica como la capacidad y la legitimidad que tienen las personas y las organizaciones para participar en las decisiones económicas que les afectan. Así pues, la ciudadanía económica es una dimensión esencial de la ciudadanía entendida en su sentido pleno y, por tanto, las acciones encaminadas a la satisfacción de las necesidades materiales tienen que ser legitimadas socialmente, puesto que tienen metas sociales y causan enormes e importantes efectos externos (Cortina, 1997).

Estas y otras cuestiones se han ido abordando desde la Fundación ÉTNOR, la Universitat de València y la Universitat Jaume I de Castellón, junto con otras universidades y centros de investigación europeos, en un proyecto dentro del VI Programa Marco de Investigación de la Unión Europea. El proyecto, que recibía el nombre de *Euroethos*, tenía como objetivo abordar la construcción de un *ethos europeo*, esos valores comunes

y compartidos dentro del marco europeo que permita y haga posible construir un modelo de ciudadanía compleja en la que marcar unas líneas básicas en los comportamientos de nuestras empresas y ciudadanos.

En esta línea camina la propuesta que partió con el Libro Verde sobre Responsabilidad Social de la Empresa lanzado por la Comisión Europea a principios del milenio y que, en definitiva, pretende dibujar un modelo europeo de empresa que responda a las expectativas y necesidades actuales.

Y, por otro lado, es necesario también fomentar la importancia que para que el modelo funcione tiene el papel de los ciudadanos en tanto que consumidores, pues sin el respaldo de estos a las políticas de Responsabilidad Social Corporativa



difícilmente se podrán hacer avances significativos.

Pero, lo que subyace debajo de esta propuesta es que es necesario para Europa que todos, empresas y ciudadanos, avancemos en nuestra

intervención más allá de la participación política y nos tomemos en serio la participación también en lo económico. Un ejemplo de esto es lo que pretenden los movimientos de Objeción Fiscal que existen hoy en día, poco reconocidos y tratados con poca seriedad y quizá por este motivo vistos como una corriente alternativa.

La pretensión de los objetores fiscales no es arrumbar con los presupuestos democráticos, sino más bien que el ciudadano pueda participar plenamente en las instituciones

políticas y económicas de un país, decidiendo así sobre el destino que se da a los presupuestos públicos.

Tengo mis dudas acerca de si la situación actual facilitará o no que esto sea posible, pero sin duda sería un buen momento para profundizar en un modelo europeo que apueste por la ciudadanía económica de sus agentes, personas y empresas, como elementos clave del Modelo Económico que queramos construir de cara al futuro.

### **Carmen Martí**

Responsable de Comunicación y Documentación de la Fundación ÉTNOR

*Economía 3*, nº 193, Enero de 2009

### **Restablecer la Confianza**

La globalización, sin duda el tema de nuestro tiempo, ha traído consigo innumerables oportunidades: tecnológicas, de comunicación, de desarrollo, etc., pero también ha significado un aumento de la interdependencia y la vulnerabilidad en todas las esferas. En este nuevo escenario global en el que la gran mayoría (pues todavía son demasiados los excluidos de los avances de la globalización) podemos ser espectadores a tiempo real de lo que ocurre en la otra parte del mundo, la confianza se ha convertido en un recurso indispensable para el buen funcionamiento de todas las

esferas sociales, entre ellas, y muy especialmente, la economía.

A principios de siglo, los escándalos financieros de Enron, WorldCom, Parmalat y, por desgracia, algunos más, pusieron de manifiesto la importancia de la transparencia y la confianza para la buena marcha de las empresas. Fruto de estas malas prácticas empresariales, la desconfianza en la información financiera que las empresas proporcionaban, en los mecanismos de control, incluso en las empresas encargadas de auditar a estas otras, aumentó notablemente. Precisamente



en esos años empieza a desarrollarse con fuerza la Responsabilidad Social Corporativa con el objetivo de trabajar por unas empresas competitivas, responsables y más transparentes.

Hoy la situación de desconfianza se ha extendido a la economía financiera en general y a las instituciones económicas más relevantes. En la Fundación ÉTNOR, los que nos venimos dedicando al fomento de la ética empresarial y la cultura corporativa responsable desde hace más de 18 años repetimos incansablemente la necesidad de gestionar este *recurso* de manera consciente y de valorar su importancia para el buen funcionamiento de la empresa y la economía. Hoy son los economistas y empresarios los que afirman que la solución a esta situación de crisis pasa necesariamente por “reestablecer la confianza en los mercados e instituciones financieras”. Aurelio Martínez, Presidente del Instituto de Crédito Oficial así lo afirmó en su visita a ÉTNOR para inaugurar el Seminario 2008-09. “La confianza – afirmó- se pierde en los mercados en pocas horas y se gana en muchos meses” por lo que ahora “hay que dar tiempo para que las medidas vayan cuajando”. “El cortoplacismo, la búsqueda del beneficio puntual y personal y la desconfianza, sobre todo entre los propios bancos”, fueron destacados por Martínez como

algunos de los desencadenantes de la situación económica actual.

En palabras de Domingo García-Marzá, Director del Observatorio de RSE de la Comunitat Valenciana, este *recurso* moral que es la confianza es la base de las interrelaciones humanas, sin embargo, sólo se le valora cuando hay carencia de él. Sin la creencia de que tenemos un conocimiento o una información acerca del comportamiento futuro de las personas u organizaciones las relaciones sociales se estancan. No se trata tanto de esperanzas depositadas en un futuro incierto como de expectativas razonables de que algo va a tener lugar, no sabemos lo que va a ocurrir, pero tenemos o creemos que tenemos buenas razones para creerlo. En estas expectativas razonables se basan, como hemos tenido oportunidad de comprobar estos últimos meses, desde las más sencillas a las más complejas relaciones entre personas y organizaciones, como es el funcionamiento de los mercados financieros.

En estos años la RSE ha avanzado enormemente, sin lugar a dudas. Hoy muchas empresas son más sensibles a su impacto en el entorno, saben que son vulnerables ante *el ojo* de los Stakeholders y disponen de herramientas a su alcance para establecer canales de comunicación con estos grupos de interés, desde encuestas de satisfacción, a Informes

de Sostenibilidad, Códigos Éticos, Auditorías Éticas, etc.

2009 ha de ser el año de, como afirman los expertos, separar “el grano de la paja” de la RSE y distinguir las empresas que de verdad se comprometan con un comportamiento socialmente responsable y la transparencia en los procesos y en la comunicación de la

RSE, no como publicidad comercial de acciones puntuales, sino como compromiso permanente de diálogo y justificación ante las expectativas legítimas de estos grupos de interés. Ésta debe ser la apuesta ética de las empresas para salir de esta época de incertidumbre. Pues generar confianza no es sino crear las condiciones para tener *buenas razones* para confiar en las empresas.

### Irene Saavedra

Profesora de Organización de Empresas, UNED

*Ideas y Negocios*, nº 71, Enero 2009

### Ética profesional ante los obsequios

¿Regalo de empresa o soborno? En principio un regalo no tiene por qué considerarse un soborno, pero ¿cuál es la intención cuando se da un regalo a un cliente? ¿Podemos asegurar que sólo pretendemos agradar y que no hay una intención oculta de conseguir unos contratos más sustanciosos?

La condición para que sea regalo, y no soborno, es que se conceda de forma voluntaria y sin esperar nada a cambio, simplemente con el ánimo de agradar. Pero las intenciones no siempre se hacen explícitas, de ahí que el límite que separa un cosa de la otra sea difícil de establecer.

Para tener una guía propongo utilizar un criterio ético, siendo entonces la pregunta ¿es ético dar regalos? Según Melé<sup>1</sup> para saber si una decisión es o no ética hay que analizar la intención, el objeto, las circunstancias y los efectos secundarios. Fijándonos en la intención es precisamente donde no podemos establecer la rectitud del regalo, puesto que no conocemos las intenciones íntimas de quien lo hace.

---

<sup>1</sup> MELÉ, D.: *Ética en la dirección de empresas*, IESE-Folio, Barcelona, 1997, pág. 118 y ss.

Parecería que al hablar de regalos de empresa nos estamos refiriendo a pequeños detalles que, en realidad no van a afectar a las relaciones con nuestros clientes. Pero un pequeño “detalle” puede animar al jefe de compras de nuestro cliente a mirar con simpatía nuestro producto, y a preferir hacernos el pedido a nosotros en lugar de hacerlo a nuestro competidor. En este caso se ha conseguido inclinar su decisión, aunque no fuera esa nuestra intención.

Además, se produce una degradación moral de todo el entorno. Si “todo el mundo lo hace”, ¿cómo vamos a quedarnos atrás nosotros? Al final, todo el mundo está implicado y la competencia desleal se desfigura; ya no triunfa el más capaz sino el más “listo”, es decir el que tiene menos escrúpulos.

En otras ocasiones, sobre todo en empresas que operan en países donde los sobornos no sólo no están mal vistos sino que forman parte de la cultura, lo que se oye es que si no se hacen los regalos quedas excluido del mercado. El regalo se institucionaliza como una parte más del coste de las operaciones. El problema de aceptar este tipo de comportamientos es que quien acepta el regalo sabe que tiene que dar algo a cambio. Y el que hace el regalo, también.

Según la asociación Transparencia Internacional<sup>2</sup>, la empresa deberá prohibir el ofrecimiento, regalo o aceptación de todo tipo de soborno, cualquiera que sea su forma. Incluso deberá garantizar que las contribuciones caritativas y patrocinios no sean utilizadas como un subterfugio para sobornar. Según este organismo, la empresa debería prohibir el ofrecimiento o aceptación de regalos, hospitalidad o gastos, siempre y cuando pudieran afectar el resultado de una transacción comercial y no sean gastos razonables ni de buena fe.

Es decir, además de la intención ¿cuenta el valor del regalo? ¿Es lo mismo regalar una pluma que un viaje al Caribe? Desde mi punto de vista, sí. El hecho de que vaya a afectar a la transacción nunca puede saberse, porque no sabemos qué habría ocurrido si no se hubiera hecho el regalo. En cuanto al valor material del regalo, no es un factor definitivo para saber si es regalo o soborno, ya que, desde mi punto de vista, lo que cuenta es la intención, y no el valor.

Por otro lado, existe el riesgo de pasar de la pluma al viaje al Caribe como forma inevitable de justificar el negocio. “Si no lo hago yo, lo harán otros” es una frase que se escucha con frecuencia cuando se presentan

---

<sup>2</sup> Principios empresariales para contrarrestar el soborno. [www.transparency.org](http://www.transparency.org)

este tipo de dilemas. Es sabido que muchos negocios se discuten en buenos restaurantes o en convenciones donde se reúne a los clientes. Estas “atenciones” no dejan de ser una forma de inclinar la intención del cliente a nuestro favor.

Para combatir estas prácticas, la dirección de la empresa debe elaborar un Programa en el que se recoja qué está admitido y qué no lo está, y darle la difusión y la transparencia necesarias para que todo el mundo lo conozca y pueda aplicarlo en su quehacer diario. Este Programa debe recoger por escrito los principios empresariales establecidos desde los niveles más altos de la jerarquía empresarial que, al mismo tiempo que orienten y protejan a los empleados,

sirvan para que tanto los competidores como los colaboradores, socios y proveedores y cualquier organismo que entre en relación con la empresa, sepa que la diferencia entre soborno y regalo está muy clara.

En conclusión, tanto por la intención, difícil de conocer salvo por las consecuencias, como por el valor, porque es muy sencillo pasar de una cantidad moderada a una cantidad superior y convertir el regalo en algo habitual, creo que las empresas no deben rendirse a esta práctica aparentemente inocua. Una política comercial justa, honrada y transparente debe ser el mejor regalo para los clientes.

## ***Noticias de publicaciones de los socios***

### **Libros y Capítulos de libros**

Antonio **Argandoña**, “La integración de los inmigrantes”, en *Joventut inmigrante, empresa i societat*. Barcelona: Fundació Grup Set e IESE, 2008, 102-104.

Antonio **Argandoña**, “La ética en los negocios”, en *CAI en el siglo XXI. La ética*. Zaragoza: Caja Inmaculada, 66-77.

Antonio **Argandoña**, “La responsabilidad social de las instituciones microfinancieras: Contribuyendo a la reducción de la pobreza” (con Alice Ishikawa Lariú y Ricardo Morel Berendson), *Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, No. 3, marzo de 2009.

Roberto **Ballester**, "Ética y consumo. Hacia un consumo responsable", en Pateco, *Tendencias de Consumo y oportunidades de negocio*, Valencia, Consejo de Cámaras, 2008.

Javier **Barraca**, publicación del libro en colaboración: VV.AA., Diccionario de Bioética para estudiantes, coord. Gloria Tomás, Ed. Formación Alcalá, Jaén, 2008.

Jesús **Conill**, Christoph Luetge, and Tatjana Schönwälder-Kuntze, *Corporate Citizenship, Contractarianism and Ethical Theory. On Philosophical Foundations of Business Ethics*. Aldershot, England, Ashgate, 2008.

Jesús **Conill**, "Ética hermenéutica crítica en Gianni Vattimo", en G. Vattimo, T. Oñate, A. Núñez, F. Arenas (eds.), *El Mito del Uno. Horizontes de Latinidad*, Dykinson, Madrid, 2008, pp. 51-62.

Jesús **Conill**, "The Hermeneutical and Deliberative Nature of Applied Ethics", en A. Cortina, D. García-Marzá, J. Conill (eds.), *Public Reason and Applied Ethics*, Ashgate, Aldershot, 2008, pp. 85-99.

Jesús **Conill**, "Por una economía hermenéutica de la pobreza", en A. Cortina y G. Pereira (eds.), *Pobreza y libertad*, Tecnos, Madrid, 2009, pp.151-162.

Jesús **Conill**, "Ciencia y humanismo", en Ildelfonso Murillo (ed.), *Ciencia y hombre*, Ediciones Diálogo Filosófico, Colmenar Viejo (Madrid), 2008, pp. 233-241.

Jesús **Conill**, "Zubiri y Heidegger desde Ortega y Gasset. Entre fenomenologías y más allá", en Juan Antonio Nicolás y Ricardo Espinoza (eds.), *Zubiri ante Heidegger*, Herder, Barcelona, 2008, pp. 81-106.

Adela **Cortina**, *Lo justo como núcleo de las ciencias morales y políticas*, Madrid, Real Academia de Ciencias Morales y Políticas, 2008.

Adela **Cortina**, *La Escuela de Frankfurt. Crítica y Utopía*, Síntesis, Madrid, 2008.

Adela **Cortina**, *Alianza e contrato. Política, ética e religião*, Sao Paulo, Loyola, 2008.

Adela **Cortina** y Gustavo Pereira (editores), *Pobreza y Libertad. Erradicar la pobreza desde el enfoque de Amartya Sen*, Madrid, Tecnos, 2009.

Adela **Cortina**, "The Public Task of Applied Ethics: Transnacional Civic Ethics", en Adela Cortina, Domingo García-Marzá, Jesús Conill (eds.), *Public Reason and Applied Ethics*, Ashgate, Aldershot, 2008, pp. 9-30.

Adela **Cortina**, "Corporate Social Responsibility and Business Ethics", en

Jesús **Conill**, Christoph Lütge, Tatjana Schönwälder-Kuntze (eds.), *Corporate Citizenship, Contractarianism and Ethical Theory*, Ashgate, Farnham, 2008, 69-78.

Adela **Cortina**, "La ética de la actividad universitaria", en Alfredo Rocha de la Torre (ed.), *La responsabilidad del pensar*, Ediciones Uninorte, Barranquilla (Colombia), 2008, pp. 280-310.

Adela **Cortina**, "Ética y globalización", en Carlos M<sup>a</sup> Romeo Casabona (ed.), *Bioteología, desarrollo y justicia*, Granada, Comares, 2008, 43-56.

Adela **Cortina**, "La éticas aplicadas", en *CAI en el siglo XXI. La ética*, Editorial de la CAI, Zaragoza, 2008, 104-115.

Adela **Cortina**, "Ética empresarial para un nuevo mundo", en AAVV, *¿Es rentable la ética en un nuevo orden mundial?*, Fundación ÉTNOR, Valencia, 2008, 151-162.

Adela **Cortina**, "Ciudadanía: verdadera levadura de la transformación social", en Nora Guzmán (comp.), *Sociedad, desarrollo y ciudadanía en México*, México, LIMUSA/Tecnológico de Monterrey, pp. 15-30.

Adela **Cortina**, "Ética y globalización", en Carlos María Romeo Casabona (ed.), *Bioteología, desarrollo y justicia*, Comares, Granada, 2008, pp. 43-56.

Domingo **García-Marzá**, *Ética empresarial. Do diálogo à confiança na empresa*, Unsinos, Universidad Católica de Pelotas, 2008. Traducción al Portugués del libro publicado en 2004 en la editorial Trotta.

Domingo **García-Marzá**, *¿Agentes de Justicia? La Responsabilidad Social de las Empresas como Factor de Desarrollo*", en A. Cortina y G. Pereira (eds.), *Pobreza y libertad*, Tecnos, Madrid, 2009, pp.193-210.

Carmen **Martí**, "Desarrollo como libertad. Un nuevo enfoque del desarrollo moral desde la Economía en Amartya Sen", En: Agustín domingo Moratalla, J. Francisco Lisón Buendía (eds.), *Ética, ciudadanía y democracia*, València, Patronat Sud-Nord PUV, 2008, pp. 249-270.

Pedro **Francés**, Lara, F., Campos, O., Arráez, M. A. (eds.), (2008), *Ética en la práctica*, Editorial Universidad de Granada, Granada.

Pedro **Francés**, "El contrato social de las empresas y el fundamento económico de la RSE" en Barragán, J., Pedro **Francés**, Lara, N. (comps.), (2008), *Responsabilidad Social Empresarial. Teorías y experiencias*. Velea, Caracas.

**Fundación ÉTNOR**, *¿Es rentable la ética en el nuevo orden mundial?*, ÉTNOR, Valencia, 2008.

Joaquín **Garralda**, Hacia la empresa razonable, LID Editorial, Madrid, 2008.

### Artículos en revistas científicas y documentos de investigación

Antonio **Argandoña**, "The common good of the company and the theory of organization", *Working Papers*, IESE, WP 777, enero de 2009.

Jesús **Conill**, "El significado de la ciencia y su poetización desde Nietzsche", *Estudios Nietzsche*, 8 (2008), pp. 53-64.

Jesús **Conill**, "Experiencia hermenéutica de la alteridad", en *En Claves del pensamiento*, II, nº 4, diciembre, 2008, pp. 47-66.

Jesús **Conill**, "La Poetización de la Naturaleza. De Aristóteles a Nietzsche", en *Liburna*, 1 (2008), pp. 65-82.

Jesús **Conill**, "Fantasía y vida en el pensamiento de Ortega y Gasset", *Revista de Estudios Orteguianos*, 16/17 (2008), pp. 107-119.

Adela **Cortina**, "Wirtschaftsethik in Europa –Eine Diagnose", en *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, Jg. 9, Heft 1 (2008), pp. 10-27.

Adela **Cortina**, "La ética de los jueces", en *Actualidad Jurídica*, nº 19 (2008), pp. 7-14. ISSN: 1578-956-X

Adela **Cortina**, "El Estado del Bienestar como garante de

seguridad", en *Temas para el Debate*, nº 159 (2008), 48-51.

Adela **Cortina**, "La idea de progreso en el siglo XXI", en *Temas para el debate*, nº 163 (2008), pp. 61 y 62.

Adela **Cortina**, "Razón, individualismo, cosmopolitismo", en *Laguna*, nº 22 (2008), pp. 117-119.

Adela **Cortina**, "¿Existe una ética económica europea?", en *Sistema*, nº 202 (2008), pp. 3-20.

María **de Miguel** y Fernández, F., "Electronic auction: analysis of its regulation in the EU and Spain. *RGDE: Revista General de Derecho Europeo*, nº17. Madrid, 2008.

María **de Miguel** y Fernández, F., "La regulación de las actividades calificadas en la Comunidad Valenciana tras la Ley 2/2006 de 5 de mayo, de Prevención de la Contaminación y Calidad Ambiental. RDU: *Revista de Derecho Urbanístico y Medio Ambiente*, nº247. Madrid, 2009, Montecorvo.

David **Murillo**, Josep M<sup>a</sup> **Lozano**, Urriolagoitia, L.: *RSE y PYME: del discurso a la implementación. Una perspectiva europea*. Barcelona:

Documentos de Trabajo del Instituto de Innovación Social de ESADE, Enero de 2009.

David **Murillo**, (coord.), Sureda, M., Serra, D.(2009): *Models d' indicadors de la RSE per a pimes. Aplicació en línia amb RESCAT.*

David **Murillo**, (coord.), Vilanova, M., Dinares, M. (2009). *Models d' indicadors de la RSE per a pimes. Manual d'us.*

David **Murillo**, Josep M<sup>a</sup> **Lozano**: 2009. "Promoting CSR in SMEs through a public-private initiative". *Business Ethics: A European Review*. 18 (1), 7-20.

José Miguel **Rodríguez Fernández**, "Modelo *stakeholder* y responsabilidad social: un gobierno corporativo global", *M@n@gement*, vol.11, 2008, págs. 81-111. Disponible en libre acceso en <http://www.management-aims.com/PapersMgmt/112Rodriguez.pdf>.

José Miguel **Rodríguez Fernández**, "Anatomía de la crisis: de la religión neoliberal a la salvación socialista", *Éxodo*, núm. 96, 2008, págs. 4-13.

José Miguel **Rodríguez Fernández**, "La Iglesia y el nuevo muro del dinero", *Iglesia Viva*, núm. 236, 2008, págs. 111-116.

## ***Noticias de Otras Actividades***

Antonio **Argandoña**, sesión de continuidad "Los conceptos claves del IESE de siempre: unas pinceladas actuales", Barcelona, 5 de noviembre de 2008. Disertó sobre "La dimensión ética de la dirección de empresas". Presentó el libro "Joventut immigrant, empresa i societat, Barcelona, 24 de noviembre de 2008. Dictó la conferencia, "La responsabilitat social de les empreses en un món en constant canvi", Crèdit Andorrà, Andorra la Vella, 25 de noviembre de 2008. También, impartió la conferencia, "Valores humanistas y

responsabilidad social", en el Foro Ethos de Empresas de la Universitat Ramon Llull en Barcelona, el 27 de noviembre de 2008. Participó con "Antropologías subyacentes a algunas concepciones de 'finanzas' y 'prosperidad' en el XVI Seminario AEDOS, Capítulo de Economía, en Madrid el 29 de noviembre de 2008. Participó en una mesa redonda sobre "Crisis financiera: ¿Crisis de modelo económico?" en la Jornada sobre "Crisis económica y responsabilidad social y moral", Comisión Episcopal de Pastoral Social e Instituto Social León



XIII, en Madrid, el 12 de diciembre de 2008. Seminario "Cómo vivir los colores de la RSE: el caso práctico del FC Barcelona", Barcelona, IESE, 15 de enero de 2009. Co-organizador y moderador del seminario. Pronuncia una conferencia sobre "A la recerca d'uns criteris ètics" en la Jornada "La situació econòmica global. A la recerca d'uns criteris ètics", en la Facultat de Teologia de Catalunya, el 10 de febrero de 2009.

Javier **Barraca** participó en la Mesa redonda, "La globalización y la empresa", en las Jornadas de Responsabilidad Social Empresarial, organizadas por Acción Social Empresarial en Madrid, noviembre de 2008. Presenta la comunicación "Los dos ejes de la coherencia organizativa: la persona y la armonía entre los valores" en el Congreso de EBEN-España, El reto de la coherencia organizativa, celebrado en la Escuela de Negocios CEU-San Pablo de Madrid. Presenta la ponencia "Bioética desde lo irrepensible de la persona", en el Congreso "Del qué al quién", organizado por la Asociación Española de Personalismo, Universidad San Pablo CEU, el 14 de febrero de 2009 en Madrid.

Alberto **Benito-Peregrina** impartió en Madrid, en la segunda semana de Diciembre, el seminario de Control de Riesgos y Auditoría de Gestión para instituciones y entidades sin ánimo de

lucro, organizado por CONFER. Este mismo seminario fue impartido en Roma la última semana de Enero, organizado por la misma entidad.

También, impartió el 13 de Diciembre en el Colegio Mayor Loyola de Granada el curso sobre medios de comunicación y manipulación política.

Pronunció la conferencia el 22 de Enero, "¿Qué ha pasado en la Economía Mundial? Perspectivas para una Economía Global Ética" en el Foro de Economistas por la Ética.

Adela **Cortina** leyó el Discurso "Lo justo como núcleo de las Ciencias morales y políticas", en su ingreso como miembro de la Real Academia de las Ciencias Morales y Políticas, 2 de diciembre de 2008. Impartió las ponencias "Derechos humanos y diálogo intercultural" en el curso "Derechos humanos, paz y desarrollo sostenible", celebrado en la UIMP de Valencia del 17 al 21 de noviembre de 2008, "La Responsabilidad Social Corporativa: una nueva exigencia", en el IV Congreso "Ingeniería y gestión empresarial. Sostenibilidad e innovación: el gran desafío", organizado por el Colegio Oficial de Ingenieros Industriales de la Comunidad Valenciana y celebrado en Valencia el 21 de noviembre de 2008 y "La Responsabilidad Social Corporativa: una nueva exigencia", en el IV Congreso "Ingeniería y gestión empresarial. Sostenibilidad e

innovación: el gran desafío”, organizado por el Colegio Oficial de Ingenieros Industriales de la Comunidad Valenciana y celebrado en Valencia el 21 de noviembre de 2008. También las conferencias, “Ciudadanía: un motor de transformación social”, en el Programa “Barcelona, aula de ciudadanía”, organizado por el Institut d’Educació del Ajuntament de Barcelona y el ICE de la Universitat de Barcelona, y celebrado en Barcelona el 10 de diciembre de 2008 y conferencia “Ética de los medios”, en el Ciclo de Conferencias “Los medios de comunicación”, organizado por el Ateneo de Castellón y celebrado en Castellón el 21 de noviembre de 2008.

María **de Miguel** ha dirigido como Investigadora Principal el Proyecto de Investigación: “M-MENOR: la protección del menor de edad ante los Servicios de la Sociedad de la Información por telefonía móvil, con especial referencia a la Comunidad Valenciana” (Referencia GVPRE/2008/102).

Impartió la conferencia “Derecho Valenciano y TICs: Análisis de la ley 12/2008, de 3 de julio, de la Generalitat, de Protección Integral de la Infancia y la Adolescencia de la Comunidad Valenciana” (15/01/2009) en la “I Jornada sobre la influencia del Derecho valenciano en las disciplinas tecnológicas” en la Universidad

Politécnica de Valencia. Ha participado en un “Estudio de los factores de éxito de las empresas familiares en la provincia de Valencia”, de la Cámara de Comercio de Valencia junto a la Universidad CEU-UCH de Valencia.

José Luis **Fernández Fernández**, el 27 de noviembre de 2008 la Universidad Pontificia Comillas de Madrid, a instancias de la Cátedra Javier Benjumea (Focus-Abengoa) de Ética Económica y Empresarial de su Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (ICADE), confirió el título de Doctor Honoris Causa al Prof. Dr. D. Edward Freeman, en reconocimiento a su obra pionera en la concepción de la empresa desde el enfoque *Stakeholder* o de los Grupos de Interés.

Actuó como padrino académico José Luis Fernández Fernández, quien en la *Laudatio* disertó sobre el siguiente tema: *Por una gestión prudente y una empresa dialogante y anclada en la realidad.*

Germán **Granda** en calidad de Director General de Forética de Forética promueve la publicación de la guía sobre Marketing responsable bajo el título “4 p’s para 3 p’s”. Se trata de la versión en castellano de la guía que ha editado CSR Europe y que Forética ha traducido al castellano e ilustrado con una recopilación de casos prácticos procedentes de empresas

nacionales. Además, impulsa las siguientes actividades: 6 noviembre 2008: II Encuentro Forética. Marketing Responsable "4 p's para 3 p's", en colaboración con ESIC. Presenta la versión en castellano de la guía del mismo título, el 11 noviembre 2008: Jornada de Puertas Abiertas de Forética, en el marco de la XIV Semana Europea de la Calidad, 17 noviembre 2008: Empieza el curso que Forética organiza junto con el Departamento de Conferencias de Unidad Editorial, bajo el título "RSC en la gestión empresarial". Tras la presentación en Barcelona, presentación de la norma SGE 21:2008 en distintas ciudades españolas: Madrid, Vigo, Pamplona, Bilbao y Palma de Mallorca. El objetivo es que durante 2009 se presente en todas las Comunidades Autónomas. El 26 noviembre 2008: Presentación del Informe Forética 2008 sobre la evolución de la RSE en España, el 4 diciembre 2008: Forética colabora con CSR Europe en el acto de presentación de los resultados de los Laboratorios de RSE de la Alianza Europea. Los días 1- 5 diciembre 2008. Forética participa en la VIII edición del Congreso Nacional del Medio Ambiente. El 11 diciembre 2008: Acto de entrega del IV Premio Forética-Novartis de Periodismo y RSE. El 16 diciembre 2008: Jornada bajo el título: "El comercio justo y el consumo responsable en tiempos de

crisis", en colaboración con ADIF e Intermón Oxfam. Entre los meses de enero y marzo nuevos cursos de formación en SGE 21:2008. El 20 enero 2009, Forética participa en la reunión constitutiva del Consejo Estatal de RSE. Germán Granda acude en representación de la asociación como vocal dentro del grupo de organizaciones de reconocida representatividad en el ámbito de la RSE. El 30 enero 2009. Forética participa en la reunión de representantes españoles de GRI. El 15 enero 2009. Forética participa en la jornada "Cómo vivir los colores de la RSE. El caso práctico del FC Barcelona", en colaboración con Inforpress. El 4 febrero 2009. Se clausura el curso bajo el título "RSC en gestión empresarial" que Forética ha organizado en colaboración con Unidad Editorial. El 5 febrero 2009, Germán Granda participa en las I Jornadas sobre Logística Responsable. El 10 febrero 2009, Germán Granda asiste al Foro Europeo Multistakeholder en RSE que se celebra en Bruselas.

David **Murillo**, pronuncia "RSE i competitivitat en un context de crisi", en la Obra Social Caixa Sabadell, el 3 de diciembre, Sabadell. También, "Sustainability in turbulent times". The future of Europe Summit, el 27 de noviembre en Andorra.

José Miguel **Rodríguez** imparte la ponencia "Crisis financiera y modelo

de sociedad: las raíces del problema” en los Martes por los Derechos Humanos-Red Alternativa de Grupos, en la Sala Polisión del Teatro Principal, Burgos 11 de Noviembre de 2008. También, “Crisis económica: del socialismo de los fondos de pensiones al capitalismo de casino”, en Los Jueves del Ateneo Republicano en Valladolid el 13 de Noviembre de 2008. Además, “Una reflexión ética sobre la actual crisis económica” en el Foro Tender Puentes de Madrid-Colegio Mayor Loyola el 27 de noviembre de 2008. También, “Crisis económica (I): antecedentes, “Crisis económica (II): hechos recientes y “Crisis económica (III): mirando al futuro” en la Semana Social del Instituto Fe y Desarrollo (Compañía de Jesús) Sala Borja en Valladolid los días 20, 21 y 22 de Enero de 2009.

Leire **San Jose**, revisora de comunicaciones en la Financial Management Association Annual

Meeting 2009 y en la Financial Management Association European Conference 2009. Fue ponente y participó en mesa redonda en The Research in Financial Ethics and Governance Research Group el 9 de Enero en University of Huddersfield (UK).

Asiste a la XII Semana Interdepartamental de Contabilidad, de la Universidad del País Vasco (Economía Financiera) el 2 de febrero del 2009. También, al West Yorkshire Framework Preogramme (FP7) Awareness Workshop organizado por Enterprise Europe Network en Huddersfield el 28 de Enero del 2009.

Alberto **Urriaga** imparte una conferencia en la Primera Jornada sobre Seguridad y Prevención en el Salón de Actos de la Consejería de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León en Valladolid el 1 de diciembre de 2008.

### ***Noticias de otras publicaciones***

Antonio **Argandoña**, “¿Es cara la responsabilidad social corporativa?”, *Comentarios de actualidad*, Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, IESE Business School, noviembre de 2008.

Antonio **Argandoña**, “¿Cómo debería ser el despacho del director de RSC?”, *Comentarios de actualidad*, Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, IESE Business School, Diciembre de 2008.

Antonio **Argandoña**, "Lo que importan son los resultados", *La Gaceta de los Negocios*, 8 de diciembre de 2008.

Antonio **Argandoña**, "¿En qué estabais pensando en las Escuelas?", *El Mundo*, 28 de enero de 2009.

Antonio **Argandoña**, "Ya no se lleva la libertad", *La Gaceta de los Negocios*, 5 de enero de 2009.

Antonio **Argandoña**, "¿La culpa es de la codicia?", *La Gaceta de los Negocios*, 16 de febrero de 2009.

Antonio **Argandoña**, "¿Por qué ha de ser socialmente responsable una empresa?", *Comentarios de actualidad*, Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, IESE Business School, enero de 2009.

Antonio **Argandoña**, "Responsabilidad social: ¿obligatoria o voluntaria?", *Comentarios de actualidad*, Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, IESE Business School, febrero de 2009.

Roberto **Ballester**, "Ciudadanía Económica Europea", *Economía* 3, N° 194 (feb. 2009), pp. 14.

Adela **Cortina**, "¿La calidad de las humanidades?", en *El País*, 24 de noviembre de 2008, p. 31.

Adela **Cortina**, Entrevista en *Vida Nueva*, n° 2.601 (2008), pp. 8-11.

Elsa **González**, "La gestión ética de los stakeholders en la empresa", *Valmetal*, N° 214 (dic. 2008), pp. 44-45.

Carmen **Martí**, "Para 2009: Reestablecer la confianza", *Economía* 3, N° 193 (Ene. 2009).

David **Murillo**, "L'impacte social de la crisi", *Butlletí CEJP*, 17 de febrero.

David **Murillo**, "La saviesa convencional", *Diari Avui*, 22 de enero.

David **Murillo**, "Propensos a desastres". *Diari Avui*, 28 de diciembre.

David **Murillo**, "De vedetes i visionaris", *Diari Avui*, 30 de noviembre.

## **Noticias para la Agenda**

Los días 25 y 26 de Junio se celebrará nuestro **XVII Congreso Nacional de EBEN-España en la Universidad de Granada**, coordinado por el profesor Pedro Francés. La página del Congreso es: <http://www.ugr.es/~pfg/eben09/>

La **22nd EBEN Annual Conference** se celebrará este año en Atenas, Grecia, entre los días 10-12 de Septiembre, 2009. El tema principal de la Conferencia Anual es **"Pathos for Ethics"**,

**EBEN Research Conference 2009**  
Israel, June 15-17.

The Ben-Gurion University is pleased to announce the Research Conference of the European Business Ethics Network (EBEN), June 15-17, 2009, in Beer-Sheva, Israel.

Business Excellence, Leadership and the Quest for Sustainability.

## **Miscelánea**

**Noticias** inaugura, con este número, una serie de noticias vinculadas a las actividades profesionales de sus socios.

**Alberto Benito-Peregrina** ha sido nombrado Consejero de Cajasur y miembro de la Comisión de Control de la entidad.

**Josep M<sup>a</sup> Lozano** comunica su página web [www.josepmlozano.cat](http://www.josepmlozano.cat) y su blog dentro de la web Persona, empresa y sociedad (<http://www.josepmlozano.cat/Bloc0/PersonaEmpresaySociedad/tabid/218/language/es-ES/Default.aspx>)

### ***Asociación Española de Ética de la Economía y de las Organizaciones (EBEN-España)***

*Presidente: Prof. Joan Fontrodona. IESE Business School-Universidad de Navarra. Avda. Pearson, 21. 08034 Barcelona. Tel.: 932 534 200 – Fax 932 534 343 –Email: [fontrodona@iese.edu](mailto:fontrodona@iese.edu)*

*Editor de Noticias: Prof. Carlos M<sup>a</sup> Moreno. Universitat Ramon Llull. C/ Císter, 34. 08022 Barcelona. E-mail: [carlosmp@blanquerna.ulr.edu](mailto:carlosmp@blanquerna.ulr.edu)*

*Depósito Legal: B.1.011-1996*

*ISSN: 1135-4836*