

Call For Papers **XXV Congreso EBEN-España**

Ética y Responsabilidad Social en el Corazón de la Empresa: Competitividad Sostenible

Universidad de Castilla-La Mancha
Cuenca, 25 – 26 de mayo de 2017

En los albores de este nuevo siglo XXI se ha podido apreciar que a pesar de las altas cotas de riqueza y bienestar conseguidas, existen todavía grandes desafíos que enfrentar en términos humanos, sociales y medioambientales. Y es que, un sistema económico y empresarial que no está orientado al servicio de las personas, devora la dignidad humana, y acaba generando problemas de naturaleza social (desigualdades sociales, marginación social) y medioambiental (calentamiento global, contaminación medioambiental). Cuando los agentes del sistema se preocupan más de apropiarse del valor que de cómo éste puede ser generado, no es extraño que la ética y la responsabilidad hacia otros agentes, presentes y futuros, quede ausente de la toma de decisiones y así, ya sea activa ya sea pasivamente, la dignidad humana de todos los agentes intervinientes quede seriamente dañada. De ahí la necesidad de sostenerse por una ética de máximos en el gobierno y dirección de la empresa. Ésta, no sólo permite a la empresa ser fiel a su misión fundacional de servir a la sociedad, sino lograr escenarios donde todos ganan, y donde el valor económico generado, que responde a desafíos y necesidades sociales presentes y futuras, se comparte y supone palanca de competitividad empresarial (Porter y Kramer, 2002, 2006, 2011).

Es verdad que esta perspectiva convive con voces críticas sobre el verdadero uso e intención de la RSE (Fooks et al. 2013, Chen et al. 2008, Ciliberti et al. 2008, Crane et al. 2014), sobre las verdaderas bondades de la práctica de este enfoque en la sociedad (Fooks et al. 2013, Heath y Norman 2004, Reich 2007, Crane et al. 2014), sobre los posibles beneficios obtenidos a nivel empresarial derivados de una atención exclusiva a este enfoque (Friedman, 1970, Heath 2006, Husted y de Jesús Salazar 2006) y sobre la razón de porqué adoptar una posición ética más allá de la del sistema político (Scherer y Palazzo 2007) o las reglas del juego existentes (Heath 2006). De hecho, algunas voces argumentan que las tensiones existentes entre objetivos económicos y sociales, y entre intereses provenientes de distintos stakeholders, hace de esta perspectiva una de difícil implementación, generadora de ineficiencias tanto sociales como económicas (Heath y Norman 2004, Crane et al. 2014). Además, los anhelados beneficios económicos que se esperan por centrarse en políticas de responsabilidad social y sostenibilidad (García Castro et al. 2010, Surroca et al. 2010), pueden llegar a depender de muchos otros factores (Barnett 2007). Sin embargo, pese a las discrepancias producidas durante décadas sobre el tema, estudios recientes demuestran el valor social, medioambiental y económico generado (Shahzad y Sharfman 2015) en línea con un consenso cada vez más generalizado sobre la necesidad de guiarse por criterios éticos, de responsabilidad y sostenibilidad, que todavía necesita de nuestros esfuerzos por analizar, clarificar, defender e incentivar profusamente.

En efecto, los crecientes problemas sociales y medioambientales que surgen cada vez con más fuerza, y la consiguiente adaptación necesaria a los mismos para mantener viva la misión fundacional de la empresa, abre las puertas a la necesidad de una nueva configuración empresarial donde las necesidades sociales, humanas (como por ejemplo, necesidades de personas desfavorecidas) y medioambientales (necesidades de reducción de la contaminación) no pueden quedar excluidas del normal desarrollo de la actividad empresarial. De hecho, las voces que apoyan que la ética y la RSE, a través de integrar bienes morales como el servicio a la

sociedad, son conceptos estrechamente ligados a la innovación, productividad, creatividad y reputación empresarial, se extienden cada vez con mayor fuerza. De hecho, cuando la ética se emplea en la empresa para mejorar y transformar las acciones, el carácter y, en definitiva, la vida de las personas de la organización, es de esperar que se logren de ellas cotas mucho más altas de motivación y compromiso no sólo con la empresa sino con la sociedad, lo que supone un elemento claramente enriquecedor a nivel empresarial, social y medioambiental.

Así, en la actualidad, nos encontremos ante un cambio de enfoque muy alejado de aquel que ha dominado hasta el momento fundado en la noción de que la ética y la RSE son instrumentos (imagen y marketing corporativo) para lograr optimizar sus resultados, y satisfacer las necesidades de sus stakeholders, principalmente, el accionista. El nuevo enfoque que aflora, más que concebir la ética y la RSE como herramientas útiles para encontrar un equilibrio entre las necesidades de la competitividad y los intereses de los stakeholders entiende estos elementos como una forma de praxis que integra objetivos, procedimientos y resultados sociales, humanos y ambientales en el corazón mismo de la empresa. Este nuevo enfoque lleva adherido desarrollar la acción humana en el seno de la empresa dando respuesta a los nuevos retos sociales y ambientales, e incentivando nuevas formas de creación de valor compartido y de sociedades sostenibles. Como resultado de integrar la ética desde el corazón de la empresa, es de esperar una competitividad ética, responsable, y sostenible, en la empresa y la economía, a través de:

- contribuir a mejorar el desarrollo y dignidad de las personas, tanto activa como pasivamente, hacia dentro como fuera de la empresa, influyendo así en la productividad, compromiso y motivación de los empleados y otros agentes colaboradores de la empresa (co-creación por parte de proveedores y clientes),
- incentivar el desarrollo, dentro de la empresa, de directivos que tengan a la ética como centro en su acción, optimizando así la relación con sus colaboradores,
- diseñar y desarrollar (para empresas de nueva creación o empresas actuales) nuevas estrategias que incorporen necesidades actuales y futuras, y especialmente, vías de negocio con productos/servicios que aboguen y deriven en eficiencia en el uso de recursos y, en definitiva, en sostenibilidad ambiental y social,
- mejorar en transparencia, y buen gobierno corporativo, logrando mayores cotas de confiabilidad y optimización de relaciones con los stakeholders
- innovar bajo el prisma de la responsabilidad, la ética y la sostenibilidad, creando y desarrollando nuevos y emergentes nichos de mercado,
- disminuir riesgos empresariales, mejorando acceso a mercados de financiación, y a relaciones con otros agentes,
- mejorar la relación de interdependencia con el medioambiente, en materia de recursos necesarios para la generación de bienes y servicios
- y diseñar estrategias de marketing sostenibles, preocupadas por comunicar con veracidad, logrando así una vinculación con los clientes altamente sostenible

En este contexto, el XXV Congreso EBEN-España ofrece la oportunidad para reflexionar sobre **el papel de la ética en la competitividad sostenible de las organizaciones**. Además, en este Congreso, al igual que en la edición anterior, queremos hacer convivir la presentación de papers tradicional con la dinamización de tracks temáticos que fomenten el dialogo y la discusión de los participantes, intentando llegar a algunas conclusiones consensuadas sobre el tema en cuestión. Los **Tracks** propuestos, que se desprenden del tema del congreso, y sus respectivos responsables dinamizadores son:

Empresa e Innovación Social. Fátima Guadamillas Gomez (UCLM)

Teoría de Stakeholder. Daniel Arenas (ESADE)

Finanzas Sostenibles. Leire San-Jose (UPV-EHU)

Educación en el Aula: Ética y Humanismo. Carmen Ruiz (UCLM)

Emprendimiento Social y Sostenibilidad. Juan J. Jiménez Moreno (UCLM)

Ética en el Corazón del Liderazgo. Carlos Moreno (Universitat Ramon Llull)

Ética, Estrategia y Competitividad. Pedro Manuel García Villaverde (UCLM)

Gobierno Corporativo y Comunicación Social. Elena Merino y Montserrat Manzaneque (UCLM)

Economía Circular. Anna Bajo Sanjuán (ICADE)

Toma de decisiones y Competencias Morales. Rafael Morales Sánchez (U. Pablo Olavide)

Empresa y Eco-Innovación. Francisco J. Sáez Martínez (UCLM)

Integridad de la RSE y Sostenibilidad. Ginés Marco Perles (U. Católica de Valencia), Miembro Investigador de IECO.

Antropología y Acción Humana en la Empresa. Alexis Bañón Gomis (U. Politécnica de Valencia) u

Ecología integral y Justicia en las organizaciones. Agustín Domingo Moratalla (U.V., UIMP)

Sostenibilidad, Ecología y Marketing. Agustín Domingo Moratalla (UV, UIMP) y Guillermo Gómez-Ferrer (Universidad Católica de Valencia)

Recursos Humanos, Ética y Sostenibilidad. Felipe Hernández Perlina (UCLM)

También podrá considerarse cualquier propuesta de comunicación que –aun sin estar sugerido en la anterior lista de tracks propuesta– encaje también en área de conocimiento de la Ética Empresarial, la Responsabilidad Social Empresarial y la Sostenibilidad. Serán bien recibidas también aquellas aportaciones multidisciplinares que aúnen la reflexión de la ética empresarial con otros conocimientos científicos (sociología, psicología industrial, economía, etc.).

Envío de comunicaciones

Se abren tres **formas de participación** en el congreso:

Ponencias: Quienes estén interesados en presentar comunicaciones y discutirlos de manera integrada en alguno de los tracks propuestos, deberán enviar un resumen de 1.000 palabras y los datos personales del autor(es) antes del **5 de marzo de 2017** a: eben2017@gmail.com, escribiendo en el “Asunto” del correo electrónico: **“Propuesta de Comunicación-EBEN2017”**.

Las propuestas deberán incluir los siguientes apartados:

- 1) Título de la comunicación, autor(es) e institución(es).
- 2) Breve resumen de la comunicación (máximo 1.000 palabras), indicando objetivos, contexto y aportación.
- 3) Bibliografía básica (máximo 10 referencias).

No será necesario enviar el “full paper”, si no hay interés de optar a su publicación en alguna de las revistas vinculadas al congreso.

El Comité Científico comunicará, en su caso, la aceptación de la propuesta antes del día 5 de abril de 2017.

Artículos: Quienes, además de presentar su comunicación durante la celebración del congreso estén interesados **en optar a la publicación de su comunicación/ponencia**, deberán enviar, posteriormente, el full paper, y siempre de forma previa a su presentación en el Congreso, en todo caso, **siempre** antes del **14 de mayo de 2017** a: congresoeben2017@gmail.com y escribir en el “Asunto” del correo electrónico: **“Propuesta para Publicación-EBEN2017”**. El full paper deberá adaptarse al formato exigido por la revista en la que se pretenda su publicación. Si el

Comité Científico entiende que cumple los criterios formales y de calidad, lo reenviará a la revista seleccionada, con el aval de EBEN; aun cuando deberá seguir el proceso de revisión establecido por la revista.

Posters. Quienes no estén interesados en ninguna de las opciones anteriores, y deseen comunicar sus avances en investigación o su propuesta de manera más esquemática, deberán enviar un poster, que será de formato libre (preferiblemente tamaño DIN-A4 o DIN-A3), comunicando el tema y título del poster, así como los autores del mismo, antes del **5 de Marzo de 2017**, a través del envío de un correo electrónico a: congresoeben2017@gmail.com incluyendo en el "Asunto" del correo "**Propuesta de Póster-EBEN2017**". El poster deberá ser impreso por los mismos autores que lo traerán consigo para exponerlo durante la celebración del congreso. Durante el congreso se dedicará un espacio físico y temporal a la exposición de los posters presentados, que deberá contar con la presencia de uno de sus autores. El Comité Científico comunicará, en su caso, la aceptación de la propuesta antes del día 5 de abril de 2017.

El certificado de participación en el congreso será el mismo, independientemente de la forma de participación seleccionada (bien sea Ponencia, bien sea Póster).

Revistas vinculadas al XXV congreso EBEN-España

La "**Ramon Llull Journal of Applied Ethics**" y la "**RBGN. Review of Business Management**", actuarán como revistas vinculadas al Congreso, para la publicación de los artículos presentados al mismo; la primera en el ámbito de la ética, y la segunda en relación a temas frontera. [Al final del texto se incluyen los requisitos de publicación de ambas revistas]. Así mismo, la revista "**Responsabilidad Social**" de la Fundación Vives publicará un monográfico sobre el Congreso, con el título: **Ética y Responsabilidad Social: Competitividad Sostenible**, que incorporarán los full paper recibidos que superen la revisión por pares [Los **requisitos de publicación se incluyen al final del Call for Papers**].

FECHAS IMPORTANTES:

5 de Marzo, 2017: Envío de Abstracts (en caso de Ponencias) y propuesta de Posters a: congresoeben2017@gmail.com

5 de Abril, 2017: Comunicación aceptación propuestas

30 de Abril, 2017: Inscripción reducida

A partir del 1 de Mayo, 2017: Inscripción normal

14 de mayo, 2017: Envío de Full Papers (en el caso de los artículos) y Posters

El Comité Científico hará la primera revisión de los artículos propuestos para publicar en las revistas vinculadas. Durante el Congreso se comentará personalmente a los autores la valoración del Comité y las posibles recomendaciones que pudieran hacerse para mejorar el artículo.

Lugar de realización del Congreso

El Congreso tendrá lugar los días 25 y 26 de mayo de 2017 en la Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca, Edificio Cardenal Gil de Albornoz, Universidad de Castilla-La Mancha (Avda. de los Alfares 44, 16071, Cuenca)

INSCRIPCIÓN	Antes del 30 de Abril de 2017	Después del 30 de Abril de 2017
Público General	150 €	180 €
Autores de comunicaciones (Miembros de EBEN)*	100€	125€
Autores de comunicaciones (No Miembros de EBEN)	125€	150€
Acompañante (sólo incluye cena de gala del congreso)	50€	70€
Reducida: Estudiantes (no incluye actos sociales)	50 €	70 €

La cuota anual para hacerse miembro de EBEN-España es de 75€ (<http://www.eben-spain.org/como-hacerse-socio/>), e incluye también beneficios en cuotas de inscripción en las dos conferencias internacionales de carácter anual que celebra EBEN-Europa (European Business Ethics Network, <http://www.eben-net.org/>).

Organización del Congreso

-Departamento de Administración de Empresas de la Universidad de Castilla-La Mancha-
Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca-
-European Business Ethics Network España

COMITÉ ORGANIZADOR

Presidencia. Pablo Ruiz Palomino–Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), Miembro Investigador de IECO

Vice-Presidencia. Ricardo Martínez Cañas–UCLM

Secretaría de Apoyo a la Dirección. Job Rodrigo y Ángela Martínez–UCLM

Coordinación

Coordinación Ejecutiva. Dioni Elche Hortelano–UCLM

Coordinación de Tecnología e Infraestructuras. Jorge Linuesa Langreo–UCLM

Coordinación de Presupuestación-Financiación. Pedro Jiménez Estévez–UCLM

Coordinación Institucional. Felipe Hernández Perlino–UCLM

Coordinación de Relaciones Profesionales. Montserrat Manzanque-Alba M^a Priego-UCLM

Coordinación Científico-Académica. Pedro Manuel García Villaverde–UCLM

Coordinación de Comunicación. Fátima Guadamillas Gómez–UCLM

Coordinación de Planificación-Materiales. M. José Ruiz -Gloria Parra–UCLM

Equipo de trabajo

F. Javier Ramírez Fernández–UCLM

Alba María Priego de la Cruz–UCLM

Elena Merino Madrid-UCLM

Jorge Linuesa Langreo–UCLM

Ángela Martínez Pérez–UCLM

Job Rodrigo Alarcón–UCLM

Carmen Ruiz Amaya-UCLM

COMITÉ CIENTÍFICO

Presidencia. José Luis Retolaza –Deusto Business School

Vocales

Joan Fontrodona-IESE Business School-Universidad de Navarra
José Luis Fernandez-ICADE, Universidad Pontificia Comillas
Domenec Melé -IESE Business School
Mar RosásTosas –Universitat Ramon Llull
Pedro M. García Villaverde –Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM)
Anna Bajo SanJuan–Universidad Pontificia de Comillas
Carlos María Moreno Pérez-Universitat Ramon Llull
Leire San-José –Universidad del País Vasco
Agustín Domingo Moratalla-Universidad de Valencia y UIMP
Guillermo Gómez Ferrer-Universidad Católica de Valencia
Felipe Hernández Perlina-Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM)
Juan José Jiménez Moreno-Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM)
Rafael Morales Sánchez-Universidad Pablo Olavide
Daniel Arenas-ESADE Barcelona
Carmen Ruiz Amaya-Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM)
Silvia Ayuso-ESCI-Pompeu Fabra
Elena Merino Madrid-Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM)
Ricardo Aguado -Deusto Business School-
Pablo Ruiz Palomino-Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM)- Miembro IECO
Alexis Bañón Gomis-Universitat Politècnica de Valencia
Francisco José Sáez Martínez-Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM)
Ricardo Martínez Cañas-Universidad de Castilla-La Mancha
Ginés Marco Perles-Universitat Católica de Valencia-Instituto para la Ética en la Comunicación y las Organizaciones (IECO)

Patrocinadores y Colaboradores

- Cátedra de Innovación y Desarrollo Cooperativo y Empresarial UCLM-Fundación Caja Rural de Castilla-La Mancha.
- Cátedra Santander de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM)
- Instituto para la Ética en la Comunicación y las Organizaciones (IECO)

Requisitos de las revistas vinculadas:

Ramon Llull Journal of Applied Ethics

The Ramon Llull Journal of Applied Ethics welcomes papers for its eighth issue, which will be published in June 2017.

Scope of the journal

The journal publishes original articles on any aspect of applied ethics, mainly organizational ethics, professional ethics, bioethics, mass media ethics, and Corporate Social Responsibility. Articles on any of the following topics are welcome:

- Theoretical foundations of applied ethics.

- Empirical research demonstrating the impact of applied ethics on the global or local level.
- Case study analyses exploring the different dimensions of Bioethics, Business Ethics, Mass Media Ethics and Ethics of organizations.

Submit a paper

Please send full papers along with an abstract about 300 words by e-mail to mrosas@rektorat.url.edu. Include a cover page listing the name, title and affiliation of the author(s), as well as complete contact information (full address, telephone, and e-mail). Suggested length: between 5,500 and 7,000 words. We recommend using Times New Roman 12 point font and a line spacing of 1.5 lines. You can use the style guidelines employed by the journal Ethics as a reference.

Indexing

The journal has recently been accepted for indexation within SCOPUS. It is also indexed within CARHUS +, The Philosopher's Index, Caspur, Dialnet, DOAJ, EBSCO Publishing's Electronic Databases, Health & Wellness Research Center, Health Reference Center Academic, Hinari, Index Copernicus, OpenJGate, PrimoCentral, ProQuest, SCOLAR, SIIC databases, Summon by Serial Solutions, Ulrich's International Periodical Directory.

Language

All papers must be in English.

RBGN Review of Business Management

The RBGN Review of Business Management focuses on spreading and promoting scientific debate on Management, Economics and Accounting. Its current classification in CAPES' Qualis System is A2.

Mission

To spread high level academic studies and research on Management, Accounting and Economics that can contribute to the improvement of management within organizations.

Indexing

Journal Impact Factor (JCR), DOAJ, Redalyc, ProQuest, SCOPUS, ISI, e-revist@s, ICAP, Cabell's, EBSCO Publishing's Electronic Databases, Sumarios.org.

Language

Se aceptan artículos en cualquier lengua, con el compromiso del autor de traducirlo al inglés si el artículo es aceptado.

Revista de Responsabilidad Social de la Empresa

La Revista de Responsabilidad Social de la Empresa, de la Fundación Luis Vives, se incluye en el catálogo LATINDEX, en el ISOC del CSIC y en DICE (Difusión y Calidad editorial de las Revistas Españolas de Humanidades, Ciencias Sociales y Jurídicas, CSIC-ANECA).

Los artículos que se presenten a la Revista deberán ser inéditos y no estar sometidos a procesos de aceptación o publicación en otro medio.

La extensión del texto no deberá superar las 30 páginas (aproximadamente 300 palabras por página), mecanografiadas a doble espacio, incluyendo gráficos, tablas, notas y bibliografía.

Las distintas secciones han de numerarse de forma correlativa siguiendo la numeración arábica (incluyendo, en su caso, como 1 la sección de introducción), y la rúbrica correspondiente se consignará en letras mayúsculas. Consecutivamente, los apartados de cada sección se numerarán con dos dígitos (1.1.,...) y tipo negrita, y tres dígitos (1.1.1., 1.1.2.,...) y tipo subrayado.

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

Las notas se numerarán correlativamente con números arábigos, a espacio sencillo, y serán ubicadas a pie de página, cuidando que se correspondan con un número volado indicado sobre el texto. Sólo incluirán la referencia bibliográfica concreta (por ejemplo, direcciones de Internet) o/y una brevísima anotación, nunca grandes textos. Si estos fueran necesarios, se llevarán al final.

Todas las tablas, cuadros, diagramas, gráficos y otras ilustraciones irán numeradas correlativamente e incluidas en el lugar que les corresponda dentro del texto. Además, en los casos de gráficos, diagramas e ilustraciones deberán incluirse los archivos jpg a 300 ppp de resolución, como documento aparte.

Idioma: Castellano