

Percepción directiva de las relaciones entre responsabilidad social y ética empresarial

Óscar Rodríguez Ruiz*
José Fernández Menéndez*
Juan Ignacio Martín-Castilla**

La responsabilidad social corporativa y la ética empresarial son temas comunes en la literatura de management. Pese a que en muchas ocasiones la delimitación conceptual de estos términos es ambigua, resulta indudable que cada uno de ellos tiene un significado diferente. Este trabajo pretende profundizar en la percepción directiva de la responsabilidad social y la ética. Para ello se ha dirigido un cuestionario a 66 directivos británicos y españoles. Las evidencias empíricas derivadas del análisis del análisis factorial ponen de manifiesto que mientras que la ética se concibe como una cuestión doméstica de las compañías, la responsabilidad social hace referencia a su proyección exterior. Además, el análisis de regresión de los datos obtenidos revela cómo la percepción de la ética y la responsabilidad está condicionada por factores culturales como la nacionalidad.



Palabras clave: responsabilidad social, ética empresarial, personal directivo, análisis empírico, comportamiento empresarial.

Clasificación JEL: M14.

1. Introducción

Los conceptos de responsabilidad social y ética empresarial se han convertido en temas comunes de debate en círculos académicos y empresariales (Hay y Gray, 1974; Bernstein, 1993; Collins 2000; Joyner, Payne y Raiborn, 2002 y Crane and Matten, 2007). Resulta claro que el estudio del comportamiento de una empresa es importante tanto para la comunidad científica como para la sociedad en gene-

ral. De esta manera, la medición de las conductas éticas y socialmente responsables se ha convertido en un aspecto esencial para muchas empresas.

Tal y como señalan Vitell y Paolillo (2004) «se sabe poco acerca de la importancia de la ética y la responsabilidad social como componentes de las decisiones de negocio». Sin embargo, este conocimiento es crucial ya que el estudio del grado de compromiso corporativo con la ética y la responsabilidad social arrojará luz sobre la cultura, los objetivos y el rendimiento global de las organizaciones.

* Universidad Complutense de Madrid.

** Universidad Autónoma de Madrid.

Quizá por ello, el volumen de trabajos sobre responsabilidad social y ética ha aumentado notablemente en los últimos tiempos (Robin y Reidenbach, 1987). La inexistencia de una definición generalmente aceptada de responsabilidad social corporativa (Blowfield y Frynas 2005 y De George, 1999), ha determinado la proliferación de una serie de términos como ética empresarial, ciudadanía corporativa, sostenibilidad o la noción de la empresa orientada a los *stakeholders*.

Buena parte de las investigaciones que han tratado de distinguir entre ética y responsabilidad social corporativa han tenido carácter teórico y descriptivo. Debido a ello, hay una necesidad de entender «como las actitudes directivas hacia la ética y la responsabilidad social influyen en las decisiones empresariales» (Etheredge, 1999).

Pese a la abundante literatura existente en este área, los conceptos de responsabilidad social y ética se utilizan de forma indistinta (Fisher, 2004). Esta situación ha dado lugar a inconsistencias en la forma en que ambos términos son empleados por directivos y académicos. Epstein (1987) señala en este sentido que se trata de conceptos íntimamente relacionados entre los cuales se producen solapamientos.

En estas circunstancias, dado que la moralidad y la apreciación social han adquirido una importancia creciente en el área de administración de empresas, resulta necesario clarificar conceptualmente las relaciones entre responsabilidad social y ética. Fisher (2004) es uno de los primeros autores en estudiar esta cuestión siguiendo un enfoque descriptivo. En este sentido, el objetivo de este artículo es tratar de clarificar estos términos a través de las evidencias empíricas derivadas de las percepciones de un elenco de directivos. Con esta finalidad se ha enviado un cuestionario a 66 directivos británicos y españoles en el que se les ha pedido que respon-

dan a distintas preguntas sobre percepción de la ética y la responsabilidad social.

Es llamativo el hecho de que los académicos han tendido a centrarse conceptualmente en la responsabilidad social y la ética sin reconocer sus principios y complementariedades mutuas. Ambos conceptos tienen significados distintos, pero no son ni mucho menos excluyentes. De hecho cabe considerar que están interrelacionados y que muchas veces son interdependientes (Joyner y Payne, 2002). Cualquier intento de formular una definición pragmática y operativa de responsabilidad social debe tener en cuenta la consideración ética (Mears y Smith, 1977). Algunos autores como Freeman (1984) han propuesto el concepto de gestión de los *stakeholders* como un elemento de vinculación de la responsabilidad social y la ética.

La investigación sobre ética empresarial se ha desarrollado de forma paralela a la investigación sobre responsabilidad social en lo que se refiere a sus preocupaciones específicas. Por esta razón, ambos conceptos deben ser concebidos como círculos convergentes «que aunque poseen características intelectuales distintas comparten un espacio conceptual común» (Epstein, 1987).

Con el propósito de conocer las diferencias entre ética y responsabilidad social a través de las percepciones de los directivos, este artículo se estructura en diferentes apartados. Tras esta introducción, el apartado segundo se ocupa del estudio del concepto de responsabilidad social. A continuación, el artículo analiza el significado de la ética empresarial. En el apartado tercero se exponen las principales relaciones conceptuales entre ambos conceptos. El análisis empírico se incluye en el apartado cuarto. Finalmente, el último apartado presenta algunas conclusiones acerca de la percepción directiva de la ética y la responsabilidad social.



COLABORACIONES

CUADRO 1
DEFINICIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Autor	Definición de responsabilidad social
Davis (1960).....	«Decisiones y acciones de los directivos que han sido tomadas por razones que van más allá del interés económico directo o técnico de la empresa. El término se refiere a las obligaciones socio-económicas y humanitarias respecto a los otros»
Sethi (1975)	«Llevar el comportamiento corporativo a un nivel en el que sea congruente con las normas sociales, valores y expectativas de rendimiento preponderantes»
Mears y Smith (1977)	«Obligación de los directivos de desarrollar acciones que protegen y mejoran a la sociedad en su conjunto en lugar de sus propios intereses de forma exclusiva»
Epstein (1987).....	«La responsabilidad social se refiere principalmente a lograr que las decisiones organizativas den lugar a resultados referidos a aspectos beneficiosos para los grupos de interés
Robin y Reidenbach (1987)	«Conjunto de relaciones, obligaciones y deberes generalmente aceptados que se refieren al impacto de la empresa en el bienestar de la sociedad. La responsabilidad social es una parte sustancial del contrato social»
Carroll y Buchholtz (2000)	«La responsabilidad social corporativa comprende expectativas económicas, legales, éticas y filantrópicas que la sociedad deposita en la empresa en un momento determinado del tiempo»
Hurst (2004)	«Obligaciones que la empresa tiene hacia la sociedad. A veces se describe como un contrato tácito entre la empresa y la comunidad»
De George (2006).....	«La responsabilidad social se refiere a la preocupación que la empresa manifiesta hacia la sociedad o hacia el impacto que sus acciones tienen en la sociedad»
Boatright (2007)	«La responsabilidad social implica la selección de los objetivos corporativos y la evaluación de los resultados no solo por criterios de rentabilidad y bienestar organizativo sino también estándares éticos y juicios de conveniencia social»

Fuente: Elaboración propia.

2. Responsabilidad social

La responsabilidad social ha sido considerada como un concepto ambiguo (Fisher, 2004). Uno de los factores que contribuyen a esta ambigüedad es la falta de consenso acerca de lo que este término significa. Pese a la abundante literatura, no existe una definición clara. De esta manera, la responsabilidad social se percibe como una idea nebulosa que puede ser definida de distintas formas (Davis, 1960). Sethi (1975) señala que esta expresión se ha utilizado de forma tan distinta que ha perdido su significado. Pese a que existen elementos comunes en la gestión de la responsabilidad social (Blowfield y Frynas, 2005), lo cierto es que distintas personas interpretan el concepto de forma distinta. Esta es la razón por la cual el concepto de responsabilidad social de la empresa se encuentra todavía en estado embrionario (Windsor, 2006).

El fundamento de la responsabilidad social se encuentra en la idea de que confinar el fenómeno empresarial dentro de límites puramente económicos resulta un error. La adhesión al principio de maximización del beneficio no impide en modo alguno la aceptación de responsabilidades sociales por parte de la empresa. Incluso Friedman (1970) afirma que el objetivo de la empresa debe ser «hacer tanto dinero como sea posible siempre de conformidad con las reglas básicas de la sociedad». La idea de que las empresas deben únicamente maximizar la rentabilidad de los accionistas parece definitivamente superada. En nuestros días, muchos grupos de interés reclaman una actitud orientada hacia una responsabilidad social más amplia.

El Cuadro 1 presenta algunas de las definiciones de responsabilidad social:

El término responsabilidad social corporativa puede estudiarse siguiendo una



COLABORACIONES

perspectiva analítica. En primer lugar, el término *responsabilidad* tiene al menos tres usos diferenciados. De acuerdo con Velasquez (2003) la responsabilidad puede entenderse como un rasgo de la integridad de carácter de una persona. La responsabilidad hace referencia también a la obligación o deber. Por último, la expresión está relacionada con la idea de la persona como causante de una determinada circunstancia.

El adjetivo *social* implica la consideración de los efectos totales de la acción corporativa. De acuerdo con Epstein (1987) incluye todas las consecuencias económicas, políticas, sociales y culturales.

Por último, el epíteto *corporativo* describe la acción organizativa en sentido unitario. Tiene connotaciones comerciales y de negocio y hace énfasis en el hecho de que la organización es un «cuerpo» distinto de las personas que lo integran (Velasquez, 2003).

Desde esta perspectiva, las corporaciones deben ser responsables por cualquiera de sus acciones que afecten a las personas, a las comunidades o a su entorno (Wulfson, 2001). Como consecuencia de ello, resulta claro que las expectativas de los *stakeholders*, los criterios de sostenibilidad y transparencia deben incorporarse a la gestión empresarial. Los enfoques actuales requieren la aplicación de una visión estratégica que contemple las repercusiones sociales de las actividades organizativas y su impacto en los diferentes grupos de interés. La identificación y el diálogo con los mismos se hacen ineludibles. En términos generales, puede decirse que la responsabilidad social corporativa está relacionada con los siguientes aspectos:

- La gestión y gobierno de la empresa.
- La política y la estrategia alineada con la visión organizativa, la misión y los valores.

- La gestión de los recursos humanos y las relaciones con los individuos dentro de la organización.

- El valor añadido de los accionistas.
- Las relaciones con los clientes
- Las relaciones con la comunidad en la que se sitúa el negocio.

- Las implicaciones de desarrollo para la comunidad.

- La responsabilidad por el impacto ambiental de las operaciones y la gestión sostenible de los recursos.

- Las relaciones con las Administraciones Públicas.

- Las relaciones con los competidores y el mercado.

- Las relaciones con el desarrollo de la compañía.

3. Ética empresarial

De acuerdo con Carroll (1991) en el panorama empresarial existen directivos morales e inmorales. Esta es la razón por la cual, las organizaciones están adoptando de forma proactiva enfoques éticos. Así por ejemplo, el número de códigos de conducta ha crecido de forma notoria.

Desde una perspectiva general, la ética puede definirse como un conjunto de principios, normas y reglas de conducta que rigen la conducta de los individuos y de los grupos. La historia empresarial revela que las prácticas éticamente responsables son necesarias. De hecho, en la obra de Adam Smith las consideraciones éticas anteceden a las estrictamente económicas (Windsor, 2006). Marshall (1920) pensaba también que las fuerzas éticas se encontraban entre aquellas que los economistas tenían que tener en cuenta. Quizá por estas razones, la idea de que la ética es un buen negocio es sostenida actualmente por un gran número de directivos.



COLABORACIONES

CUADRO 2
 DEFINICIONES DE ÉTICA EMPRESARIAL

Autor	Definición
Epstein (1987).....	«Reflexión sistemática basada en el valor que los directivos realizan sobre el significado moral y personal de las acciones organizativas y sus consecuencias para los grupos de interés»
Robin and Reidenbach (1987).....	«La ética empresarial requiere que la organización se comporte de conformidad con las reglas meditadas de la filosofía moral»
Velasquez (1988).....	«Aplicación de la comprensión de lo que es bueno y malo a la variedad de instituciones, tecnologías, transacciones, actividades y propósitos que integran el negocio»
Carroll (1991).....	«Principios y normas que guían el comportamiento en el mundo empresarial. Estos principios reflejan una preocupación por lo que los clientes, empleados, accionistas y la comunidad consideran como justo»
De George (1999).....	«Parte de la ética que trata específicamente de los dilemas morales que surgen en el contexto del mundo empresarial»
Joseph (2003).....	«Conjunto de estándares y normas que ayuda a los empleados a distinguir el comportamiento malo y bueno en el entorno laboral»
Hurst (2004).....	«Forma de ética aplicada que trata de determinar el sentido en el que la empresa debe ser gestionada dentro de una determinada población de empleados»
Windsor (2006).....	«La responsabilidad ética implica una reflexión moral imparcial que contempla la autolimitación de la empresa y los deberes de altruismo que fortalecen los derechos de los grupos de interés»
Crane y Matten (2007).....	«Es el estudio de las situaciones de negocio, actividades y decisiones en las cuáles se afrontan las cuestiones relacionadas con lo bueno y lo malo»

Fuente: Elaboración propia.

El Cuadro 2 presenta algunas definiciones de ética empresarial (1).

Las diferentes definiciones muestran que la reflexión moral es la esencia del concepto de ética empresarial. Es importante tener en cuenta que en el contexto organizativo ética y moralidad son esencialmente sinónimos (Joyner, Payne y Rayborn, 2002). En este sentido, la buena ciudadanía corporativa significa esencialmente hacer lo que se espera moralmente.

Como se ha señalado con anterioridad, Carroll (1991) realiza una distinción interesante entre directivos morales, inmorales y amorales. Los directivos morales son aquellos que buscan el beneficio dentro de los límites de los preceptos éticos como la justicia. Los directivos inmorales

adoptan decisiones en abierta oposición a lo que se considera correcto. Por último, los directivos amorales no son ni inmorales, ni morales. Se caracterizan por no ser sensibles al hecho de que las decisiones empresariales pueden tener efectos nocivos.

4. Relaciones entre ética y responsabilidad social

Fisher (2004) es uno de los primeros autores que presta atención a la distinción entre responsabilidad social y ética. En su trabajo seminal del año 2004 identifica cuatro posibles conexiones entre ambos conceptos.

Un primer enfoque sostiene que la *responsabilidad social es la ética en el contexto organizativo*. De acuerdo con este punto de vista, es posible decir que las personas tienen ética, mientras que las organizaciones tienen responsabili-

(1) Sauser (2005) considera que la distinción entre ética empresarial y ética en los negocios es sutil. Puede entenderse que el término ética empresarial se vincula a la idea de que moralidad puede generalizarse de un contexto a otro.



COLABORACIONES

CUADRO 3
 DIMENSIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Responsabilidad	Definición
Económica.....	<ul style="list-style-type: none"> – Las organizaciones son entidades económicas que proporcionan bienes y servicios a los integrantes de la sociedad. – Esta responsabilidad es demandada por la sociedad.
Legal.....	<ul style="list-style-type: none"> – Las actividades empresariales deben cumplir la ley y otras normativas . – Esta responsabilidad es exigida de forma vinculante.
Ética	<ul style="list-style-type: none"> – Estándares, normas y expectativas que reflejan la preocupación por lo que los clientes, los empleados, los accionistas y la comunidad consideran como justo. – Esta responsabilidad es esperada por la sociedad.
Filantrópica.....	<ul style="list-style-type: none"> – Vinculación activa en actividades y programas que promuevan el bienestar humano. – Esta responsabilidad es meramente deseada por las organizaciones sin ser esperada o exigida. Es por ello, menos importante que las otras tres categorías.

Fuente: Carroll (1979).

dad social. Las limitaciones de esta perspectiva son claras. Friedman (1970) considera que no se puede decir que la empresa, como un todo, tenga ese tipo de responsabilidades. Además, hay «principios éticos que deberían gobernar la relación entre la organización y la sociedad» (Carroll, 1979). La idea de que sólo las personas pueden tener ética es controvertida. Frecuentemente los ejecutivos tienden a ver las cuestiones de eficacia social organizativa como extensiones de sus preocupaciones éticas individuales (Epstein, 1987). Mears y Smith (1977) corroboran esta visión y señalan que una definición pragmática de responsabilidad social debe incluir el impacto de la ética.

Un segundo enfoque sostiene que, *la responsabilidad social se centra en el impacto que la actividad de negocio tiene en la sociedad, mientras que la ética se ocupa de la conducta de las personas en el interior de las organizaciones*. De acuerdo con un tercer enfoque *responsabilidad social y ética son conceptos no relacionados*. Finalmente, una cuarta perspectiva define *la responsabilidad social como un concepto multidimensional*, una de cuyas dimensiones es la ética. Ésta es, por ejemplo, la posición de Joyner y Payne (2002) cuando advierten que «uno de los componentes de la responsabilidad social es la respon-

sabilidad ética de la organización influida por los valores de la sociedad».

La idea de responsabilidad social implica que la empresa no sólo tiene obligaciones legales y económicas, sino también ciertas responsabilidades hacia la sociedad que van más allá de este tipo de compromisos. Carroll (1979), distingue cuatro tipos de responsabilidades sociales: económicas, legales, éticas y filantrópicas. Estas categorías, que pueden ser representadas mediante una pirámide, son sintetizadas en el Cuadro 3.

Desde la perspectiva multidimensional, la responsabilidad social tiene que afrontar la totalidad del espectro de obligaciones que la empresa tiene hacia la sociedad: obtener beneficio, obedecer la ley, ser ético y ejercer la ciudadanía corporativa. Es importante tener en cuenta que ninguna de estas obligaciones es más importante que las otras. Los compromisos económicos, legales, éticos y filantrópicos son inseparables y deben cumplirse de forma simultánea.

Las esferas de responsabilidad social corporativa trazadas por Carroll constituyen un paradigma dominante en el campo del *management*. Sin embargo, algunos autores como De George (2006) perciben la ética empresarial como un concepto más omnicomprensivo e incorporan la res-



COLABORACIONES

ponsabilidad social como una de sus dimensiones.

En cualquier caso, al analizar la relación entre la responsabilidad social y la ética, es posible identificar más conexiones que las identificadas por Fisher. El Cuadro 4 muestra un resumen de las posibles conexiones:

Todos estos criterios de distinción entre responsabilidad social y ética son estrictamente teóricos. En términos generales puede decirse que los estudios sobre responsabilidad social y ética empresarial se caracterizan en muchas ocasiones por su falta de investigación empírica. Existe una escasez de información acerca de las percepciones de los directivos de ambos conceptos. Por esta razón, es necesario

estudiar distintas muestras de ejecutivos para conocer su percepción sobre la dimensión social y ética de las organizaciones. Este tipo de investigación, aún siendo transversal, permitirá observar como características sociales y demográficas de los directivos como el género, la nacionalidad y los años de experiencia pueden alterar la percepción y gestión de la responsabilidad social y la ética.

5. Análisis empírico

Una vez analizadas las diferentes teorías que tratan de distinguir entre ética y responsabilidad social, es esencial contrastarlas empíricamente. Con la finalidad

CUADRO 4
RELACIÓN ENTRE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ÉTICA

Conexión	Descripción
<i>La responsabilidad social es la ética en un contexto organizativo (Fisher, 2004).</i>	Las empresas no pueden ser moralmente responsables. Sólo los seres humanos pueden ser agentes moralmente responsables. Las personas «tienen» ética y las organizaciones tienen responsabilidad social.
<i>La responsabilidad social se centra en el impacto que las actividades de negocio tienen en la sociedad, mientras que la ética se ocupa de la conducta de las personas dentro de las organizaciones (Fisher, 2004).</i>	La ética se refiere a los valores internos, mientras que la responsabilidad social está relacionada con el comportamiento externo de la empresa. De alguna forma, esta visión es similar al primer enfoque que estima que la responsabilidad social es la ética de las organizaciones.
<i>La responsabilidad social y la ética son conceptos no relacionados (Fisher, 2004).</i>	Responsabilidad social y ética no tienen nada en común. Ambas son categorías diferentes y deben diferenciarse en la gestión de la compañía.
<i>La responsabilidad social es un concepto multidimensional una de cuyas dimensiones es la ética (Carroll, 1979).</i>	La responsabilidad social tiene que afrontar el espectro entero de obligaciones que la empresa tiene hacia la sociedad: obtener beneficios, obedecer la ley, ser ético y ejercer la ciudadanía corporativa. Estas obligaciones son inseparables y simultáneas.
<i>La ética empresarial es el más omnicompreensivo de ambos términos, incorporando la responsabilidad social como una de sus dimensiones. El concepto de responsabilidad se incluye en la definición de ética en general (De George, 1989 y Singer, 1993).</i>	La responsabilidad social es una de las dimensiones de la ética empresarial. Este enfoque se opone a la visión de Carroll considerando que la ética es un concepto multidimensional. De esta manera la ética empresarial englobaría todo el conjunto de responsabilidades que la empresa tiene respecto a los grupos de interés.
<i>La motivación ética se relaciona con el deseo de hacer las cosas correctamente. La responsabilidad social es una respuesta a las expectativas de la sociedad (Carroll, 1991).</i>	Esta perspectiva considera a la ética como una respuesta a un imperativo moral. La responsabilidad social es una reacción a la presión social.
<i>La responsabilidad social corporativa se centra en los productos específicos de la acción corporativa. La ética empresarial hace énfasis en los valores morales (Epstein, 1987).</i>	La responsabilidad social se ocupa de las consecuencias de la actividad de negocio. La ética presta atención a la forma de hacer las cosas.
<i>La ética se sitúa entre el cumplimiento obligatorio y la filantropía voluntaria. La responsabilidad social es por encima de todo voluntaria (Windsor, 2006).</i>	Todo lo que se puede esperar de una empresa ética puede venir o no impuesto por la ley. La responsabilidad social se sitúa al margen de la compulsión, incluye únicamente actos voluntarios.

Fuente: Elaboración propia.



COLABORACIONES

CUADRO 5 HIPÓTESIS	
Hipótesis	Explicaciones
Hipótesis 1: <i>Agentes diferentes</i>	Los individuos «tienen» ética mientras que las empresas tienen responsabilidad social.
Hipótesis 2: <i>Esferas de influencia diferentes</i>	La responsabilidad social se centra en el impacto que la actividad de negocio tiene en la sociedad, mientras que la ética se ocupa de aquellos que están dentro de las organizaciones.
Hipótesis 3: <i>Imperativo moral vs. Presión social</i>	La ética es una respuesta a un imperativo moral. La responsabilidad social es una reacción a la presión social.
Hipótesis 4: <i>Responsabilidad social como resultado vs Ética como proceso</i>	La responsabilidad social se ocupa de las consecuencias de la actividad de negocio. La ética presta atención a los resultados y a la forma de hacer las cosas.
Hipótesis 5: <i>La responsabilidad como concepto multidimensional</i>	La ética es uno de los componentes de la responsabilidad social corporativa.
Hipótesis 6: <i>Carácter discrecional de la responsabilidad social corporativa</i>	Las obligaciones éticas pueden venir o no impuestas por la ley. La responsabilidad social es en todos los casos voluntaria.

Fuente: *Elaboración propia.*

de explicar el análisis empírico llevado a cabo se harán algunas consideraciones generales acerca de los objetivos del estudio, las hipótesis, la muestra, la metodología y el análisis de los datos.

específico determinar cómo distintos factores como el género, la edad, la nacionalidad o los años de experiencia de los directivos pueden alterar la percepción, y por lo tanto, la gestión de la responsabilidad social y la ética empresarial. Lógicamente, la influencia de estas circunstancias incide directamente sobre el grado de aceptación de las teorías que tratan de diferenciar ambos conceptos.



COLABORACIONES

5.1. Objetivos

● *Objetivos generales*

El principal objetivo del estudio es tratar de conocer la percepción de los directivos de la ética y responsabilidad social como conceptos que despiertan una atención creciente en el panorama empresarial. La mejor comprensión de estos términos, sustentada en datos empíricos, mejorará la gestión de la responsabilidad social. Por otra parte, hay que considerar que la delimitación científica de la ética y la responsabilidad social no es una cuestión banal, ni estrictamente teórica ya que en la actualidad las empresas están dedicando una gran cantidad de recursos a esta materia.

● *Objetivos específicos*

El estudio tiene también como objetivo

5.2. Hipótesis

Como puede observarse en el Cuadro 5, las principales explicaciones de la distinción entre ética y responsabilidad social se han agrupado en seis hipótesis (2).

5.3. Muestra y trabajo de campo

La encuesta, que se envió por medio del correo electrónico, se desarrolló entre octubre del 2006 y marzo del 2007. Los

(2) Las conexiones entre ética y responsabilidad social expuestas en el Cuadro 4 han sido sintetizadas en seis hipótesis con la finalidad de llevar a cabo el análisis estadístico.

CUADRO 6
 VARIABLES USADAS EN EL ANÁLISIS

Variable	Descripción
indi_etica	Los individuos «tienen» ética, mientras que las empresas tienen responsabilidad social.
exter_inter	La responsabilidad social se basa en el impacto que la actividad de negocio tiene en la sociedad mientras que la ética se ocupa de la conducta de las personas dentro de las organizaciones.
etica_compo	La ética es uno de los componentes de la responsabilidad social corporativa.
etica_imper	La ética es una respuesta a un imperativo moral. La responsabilidad social es una reacción a la presión social.
rsc_volunt	La responsabilidad social es siempre voluntaria.
etica_law	El comportamiento ético en ocasiones viene impuesto por la ley. Otras veces es voluntario.

Fuente: Elaboración propia.

cuestionarios se enviaron a directivos de compañías de distintos sectores de Madrid y Bradford (Reino Unido). Estos directivos fueron elegidos porque tenían responsabilidades generales en su empresa y porque sus opiniones podían ilustrar la percepción de los tópicos ética y responsabilidad social. Un experto británico en recursos humanos realizó el pre-test. Del total de cuestionarios enviados, un 25 por 100 fueron devueltos cumplimentados. Es importante señalar que se procuró que en la muestra un 50 por 100 de los directivos fueran británicos y el otro 50 por 100 ingleses. Los participantes tenían una edad media de 36 años y siete de cada diez eran hombres. El 57 por 100 de las compañías en las que los directivos trabajaban pertenecían al sector servicios.

5.4. Metodología

Para estudiar los datos de la encuesta se han utilizado dos tipos de análisis estadísticos. En primer lugar, se hizo un análisis factorial de las diferentes variables explicativas de la distinción entre responsabilidad social y ética con la finalidad de encontrar una dimensión subyacente entre las mismas. Una vez identificada la dimensión subyacente, se desarrolló un análisis de regresión para determinar co-

mo varía la puntuación de cada factor en función de la nacionalidad, el género o la posición actual del directivo.

5.5. Análisis y resultados

Existe un pequeño porcentaje de valores perdidos distribuidos aleatoriamente en la muestra (4.5 por 100). Sin embargo, para evitar la reducción de los datos se ha recurrido a la imputación. En general, procedimientos de imputación como la media o la mediana son aceptables (Harrell, 2001). Sin embargo, se ha seguido el enfoque de la máxima verosimilitud considerando sus ventajas en términos del uso efectivo de la información. Concretamente, se ha utilizado el paquete de *Shafer de cat software*. Esta técnica de imputación está basada en el algoritmo de maximización de expectativas (3).

Aparentemente, hay una estructura subyacente entre todos ellos. Con la finalidad de reducir la dimensionalidad de los datos se ha realizado un análisis factorial. El objetivo es identificar si hay factores

(3) Más detalles acerca de las técnicas de imputación pueden encontrarse en Schafer (1997). El algoritmo de maximización de expectativas es un método iterativo muy general que trata de obtener estimaciones ML de los valores perdidos. Se caracteriza por la utilización de todas las variables como predictoras para la imputación de los valores perdidos.



COLABORACIONES

CUADRO 7 MATRIZ DE CORRELACIONES						
	indi_etic	exter_inter	etic_compo	etic_imper	rsc_volunt	etic_law
indi_etic.....	1.0000	0.3959	-0.0157	0.2531	0.0891	-0.0041
exter_inter.....	0.3959	1.0000	0.0659	0.5692	0.1008	0.0954
etic_compo.....	-0.0157	0.0659	1.0000	-0.0080	-0.0954	0.0258
etic_imper.....	0.2531	0.5692	-0.0080	1.0000	0.2568	-0.1463
rsc_volunt.....	0.0891	0.1008	-0.0954	0.2568	1.0000	-0.1307
etic_law.....	-0.0041	0.0954	0.0258	-0.1463	-0.1307	1.0000

Fuente: Elaboración propia.

comunes entre todas las variables y comprobar si la percepción de la distinción entre responsabilidad social y ética varía en función de la nacionalidad o los años de experiencia.

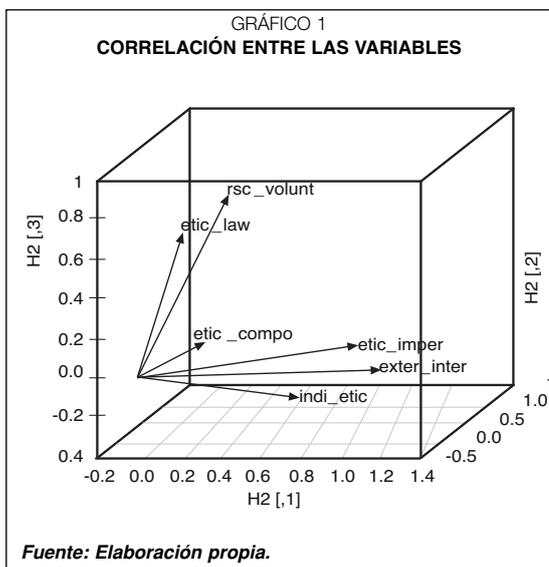
La utilización del análisis factorial requiere la existencia de un cierto grado de correlación dentro del conjunto de variables. En este sentido, el Cuadro 7 presenta la matriz de correlaciones:

Resulta claro que las variables *etic_compo*, *rsc_volunt* y *etic_law* no están correlacionadas con las otras. En consecuencia, no deben ser incluidas en el análisis factorial. Esta decisión queda confirmada si se representan gráficamente las variables con el método de descomposición singular del valor (Johnson y Wickern, 2002) (Gráfico 1).

En este Gráfico, las relaciones geométricas entre variables reflejan sus varianzas y co-varianzas. De esta manera, las variables altamente relacionadas están más próximas. Es posible percibir que las variables *indi_etic*, *exter_inter* y *etic_imper* están agrupadas, mientras que *rsc_volunt* y *etic_law* están escasamente correlacionadas con las otras. La reducida variabilidad y la ausencia de correlación de estas últimas hace aconsejable que sean eliminadas del análisis.

Las variables *indi_etic*, *exter_inter* y *etic_imper* son objeto de un análisis factorial usando la extracción de máxima verosimilitud con rotación varimax. Del análisis surge un único factor que explica el 48 por 100 del total de la varianza (Cuadro 8). El indicador Kaiser-Meyer-Olkin es 0,59. Esto indica que la muestra es adecuada y que el análisis factorial resulta pertinente.

La variable *exter_inter* es la que presenta la mayor carga factorial (0,944). Por esta razón, es posible concluir que el factor explica la distinción entre responsabilidad social y ética considerando que la éti-



CUADRO 8 CARGAS FACTORIALES ROTADAS	
Ética y responsabilidad social	Factor 1
Individuos versus empresas (<i>indi_etic</i>)	0,420
Interna versus Externa (<i>exter_inter</i>)	0,944
Moralidad versus Presión social (<i>etic_imper</i>)	0,603
Varianza explicada	0,477

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 9
RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE REGRESIÓN

Variable dependiente: Factor 66 casos

Variable	Coefficiente (Error Standard)	p-valor
Edad	-0,003	0,877
Posición actual		
Gral-managers	0,459 (0,296)	- -
other_managers.....	0,292 (0,283)	0,306 -
Nacionalidad		
Español.....	-1,417 (0,233)	****9,08e-8 -

R cuadrado: 0,4044. R cuadrado ajustado: 0,3548

****p<0,001

Fuente: *Elaboración propia.*

ca es una «cuestión doméstica» de la empresa y la responsabilidad social un comportamiento externo demandado por la sociedad. En este sentido, el factor valida la *Hipótesis 2 «Esferas de influencia»* y puede ser denominada «dimensión externa de la responsabilidad social».

Una vez identificada la estructura subyacente en la distinción entre ética y responsabilidad social, es preciso conocer si los directivos puntúan diferente en el factor dependiendo de su edad, posición actual o nacionalidad. De este modo, es posible conocer si las circunstancias demográficas y sociales pueden alterar la percepción de ambos conceptos.

Las variables *nacionalidad* y *posición actual* son categóricas. En estos casos, la categoría básica es la omitida. Puede apreciarse que la única variable significativa es la nacionalidad (p-valor inferior 0,05) (4). Los españoles puntúan significativamente menos en el factor que los ingleses. Este resultado pone de manifiesto que la percepción de la ética como una cuestión interna de la compañía está menos consolidada en la muestra española.

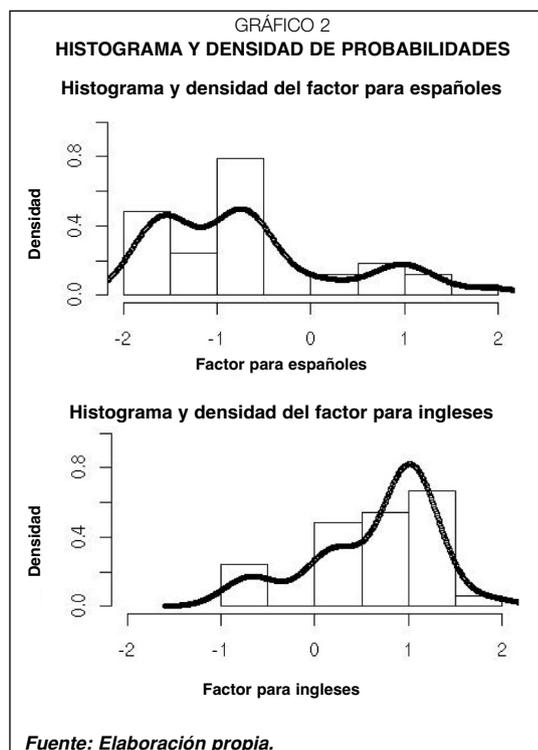
(4) Es posible observar que los directores generales puntúan más en el factor que los directores funcionales. Sin embargo, el p-valor no es estadísticamente significativo.

Para rechazar la hipótesis nula de que los directivos británicos puntúan en la misma medida que los españoles se ha utilizado el *Test de Mann-Whitney*. Con este test no paramétrico el p-valor es 5.68e-07. Este valor permite rechazar la hipótesis nula de la igualdad de medianas para la muestra inglesa y española.

El Gráfico 2 muestra el histograma y la densidad del factor para los directivos españoles e ingleses.



COLABORACIONES



Se percibe con claridad que los directivos británicos están concentrados en los valores altos y los españoles en los bajos. De acuerdo con este hallazgo, es posible decir que los directivos españoles tienden a estar en desacuerdo con la idea de que la ética empresarial es una cuestión doméstica de la empresa y la responsabilidad social una cuestión externa en mayor medida que la muestra británica. Esta circunstancia reafirma la idea de que la distinción entre la ética y la responsabilidad social está claramente determinado por características sociales y demográficas.

6. Conclusiones

La distinción conceptual entre responsabilidad social y ética empresarial no es solamente una cuestión académica. En la actualidad resulta esencial clarificar estos conceptos ya que las grandes organizaciones necesitan saber que significa ser ético y socialmente responsable en términos empresariales. En definitiva, la adopción correcta de decisiones de negocio requiere una mayor comprensión de las relaciones entre la empresa y la sociedad.

La literatura científica ha puesto de manifiesto la falta de unanimidad en la percepción de la responsabilidad social y la ética. Ambos conceptos son distintos, pero comparten un vínculo común. Desde el punto de vista teórico, parece sencillo hacer distinciones *grosso modo*. Sin embargo, en la práctica esas distinciones resultan ambigüas. El trabajo de campo de esta investigación ofrece criterios claros para conocer las diferencias en la percepción de la ética y la responsabilidad social. Los resultados del análisis factorial muestran que entre las distintas percepciones de la ética y la responsabilidad social hay un constructo subyacente. Este factor, denominado «dimensión externa

de la responsabilidad social», sugiere que la esfera de influencia de la ética empresarial se sitúa dentro de los límites de la empresa. De esta manera, es posible afirmar que la responsabilidad es un concepto que se proyecta sobre las relaciones que la empresa mantiene con la sociedad y el entorno. Esta visión está próxima a la idea de que la responsabilidad social es la «ética» de las organizaciones. Además, parece lógico pensar que la responsabilidad social es una respuesta a la presión social, ya que su esfera de influencia está en el exterior de la compañía. Estos hallazgos permiten confirmar que aunque las distinciones conceptuales no siempre están claras, los directivos usan criterios instrumentales para gestionar la ética y la responsabilidad social como conceptos diferentes.

El análisis de regresión prueba también que la percepción de la ética y la responsabilidad social es compleja y depende de una variedad de factores como la cultura de la empresa, la dimensión, la rentabilidad y los objetivos de la misma. Los directivos británicos tienden a puntuar más que los españoles en el factor «dimensión externa de la responsabilidad social». Esto implica que el entendimiento de la responsabilidad social y la ética está afectado por las culturas nacionales. En este sentido es posible apuntar algunas líneas de investigación futura. Así por ejemplo, es preciso incrementar los esfuerzos dirigidos a estudiar la influencia de los valores nacionales en las políticas de responsabilidad social. Las empresas necesitan saber si deben adaptar localmente sus prácticas de responsabilidad social o por el contrario pueden recurrir a prácticas estandarizadas en distintos territorios. Obviamente el tamaño de la muestra, así como la forma en la que ha sido seleccionada, representan una limitación del estudio. Sin embargo, el intento



COLABORACIONES

de diferenciar las percepciones de la ética y la responsabilidad social, evidencia la necesidad de establecer criterios teóricos claros en la abundante literatura sobre estas materias. Por ello, este trabajo pretende alentar nuevas iniciativas de investigación sobre la dimensión social de las empresas como uno de los grandes retos de las organizaciones en los inicios del siglo XXI.

Bibliografía

- [1] BERNSTEIN, Z. (1993): «Too much corporate power?». *Business Week*, 11 September, pp. 52-60.
- [2] BLOWFIELD, M., AND J.G. FRYNAS (2005): «Setting New Agendas: Critical Perspectives on Corporate Social Responsibility in the Developing World». *International Affairs*, 81 (3), pp. 499-513.
- [3] BOATRIGHT, J.R. (2007): *Ethics and the Conduct of Business*. Upper Saddle River, Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall. Pearson Prentice Hall, (5th edn.).
- [4] CARROLL, A. B. (1979): «A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance». *The Academy of Management Review*, vol. 4. n° 4, pp. 497-505.
- [5] CARROLL, A. B. (1991): «The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders». *Business Horizons*. July-August, n° 34, pp. 39-48.
- [6] CARROLL, A.B. and BUCHHOLTZ, A.K. (1979): *Business and society: ethics and stakeholders management* (4th edn.). Cincinnati: Thomson Learning
- [7] COLLINS, D. (2000): «The quest to improve the human condition: the first 1500 articles published in Journal of Business Ethics». *Journal of Business Ethics*, 26, pp. 1-73.
- [8] CRANE, A. and MATTEN, D. (2007): *Business Ethics* (2nd edn.). Oxford University Press.
- [9] DAVIS, K. (1960): «Can business afford to ignore social responsibilities?». *California Management Review*, 2:3, p. 70.
- [10] DE GEORGE, R. (1999): *Business ethics*. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall. Does it pay to be ethical (1997). March / April.
- [11] DE GEORGE, R.T. (2006): *Business Ethics*. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall (6th edn).
- [12] EPSTEIN, E. M. (1987): «The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility and Corporate Social Responsiveness». *California Management Review*, vol XXIX, n° 3, Spring, pp. 99-114.
- [13] ETHEREDGE, J. M. (1999): «The perceived role of Ethics and Social Responsibility: An Alternative Scale Structure». *Journal of Business Ethics*, n° 18. pp. 51-64.
- [14] FREDERICK, W. C. (1960): «The growing concern over business responsibility». *California Management Review*, 2: 4, pp. 54-61.
- [15] FREEMAN, R. E. (1984): *Strategic Management: A stakeholder approach*. Pitman Publishing Inc. Marshfield, MA.
- [16] FRIEDMAN, M. (1970): «The social responsibility of Business is to Increase its profits». *New York Times Magazine*. September, 13.
- [17] HARRELL, F.E. (2001). *Regression Modeling Strategies*. Springer. New York
- [18] HAY, R. and GRAY, E. (1974): «Social Responsibilities of Business Managers». *Academy of Management Journal*. March, pp. 135-143.
- [19] HURST, N. E. (2004): «Corporate Ethics, Governance and Social Responsibility: Comparing European Business Practices to those in the United States». *Study*



COLABORACIONES

- of the Makkula Center for Applied Ethics. Santa Clara University.
- [20] JOHNSON, R.A. & WICHERN, D.W. (2002). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. Prentice-Hall. Upper Saddle River (New Jersey).
- [21] JOSEPH, J. (2003): *National Business Ethics Survey 2003: How Employees View Ethics in their Organizations*. Ethics Resource Center. Washington, D. C.
- [22] MARSHALL, A. (1920): «*Principles of Economics: An Introductory Volume*». 8th Edition (1st Edition 1890). London Mc Millan.
- [23] MEARS, P. and SMITH, J. (1977): «The Ethics of Social Responsibility: A discriminant Analysis». *Journal of Management*, vol. 3, n° 2, pp. 1-5.
- [24] JOYNER, B. E. and PAYNE, D. (2002): «Evolution and implementation: A study of Values, Business, Ethics and Corporate Social Responsibility». *Journal of Business Ethics*, n° 41, pp. 297-311.
- [25] JOYNER, B. E. ; PAYNE, D. and RALBORN, C. A. (2002): «Building Values, Business Ethics and Corporate Social Responsibility into the developing organisation». *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 7, n° 1. April, pp. 113-131.
- [26] ROBIN, D. P. and REIDENBACH, E. (1987): «Social Responsibility, Ethics and Marketing Strategy: Closing the gap between concept and Application». *Journal of Marketing*, vol. 51, pp. 44-58.
- [27] SCHAFER, J. I. (1997): *Analysis of Incomplete Multivariate Data*. Chapman & Hall/CRC. London
- [28] SAUSER, Jr., W. I. (2005): «Ethics In Business: Answering the call». *Journal of Business Ethics*, n°58, pp. 345-357.
- [29] SETHI, S. P. (1975): «Dimensions of Corporate Social Performance: An analytical framework». *California Management Review*, 17:3, Spring, pp. 58-64.
- [30] SINGER, A. W. (1993): «Can a Company Be Too Ethical?». *Across the Board* (April), pp. 17-22.
- [31] VELASQUEZ M. (1988). *Business Ethics Concepts and Cases* (2nd edn.). Englewood Cliffs New Jersey. Prentice-Hall.
- [32] VELASQUEZ, M. (2003): «Debunking Corporate Moral Responsibility». *Business Ethics Quarterly*, vol. 13, Issue 4. pp. 531-562.
- [33] VITELL, S. J. and PAOLILLO, J. G. P. (2004): «A cross-cultural study of the antecedents of the perceived role of ethics and Social responsibility». *Business Ethics: A European Review*, vol. 13, n° 2/3, April/July, pp. 185-199.
- [34] WINDSOR, D. (2006): «Corporate Social Responsibility: Three Key approaches». *Journal of Management Studies*, 43:1, pp. 93-114.
- [35] WULFSON, M. (2001): «The Ethics of Corporate Social Responsibility and Philanthropic Ventures». *Journal of Business Ethics*, n° 29, pp.135-145.



COLABORACIONES