



UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE COMILLAS

¿CÓMO HAN EVOLUCIONADO LOS CRITERIOS DE MEDICIÓN DE LA ÉTICA EMPRESARIAL ENTRE 2000-2013 EN LA UNIÓN EUROPEA?

Fernando Rafael Ortiz-Cañavate Campbell
José Luis Fernández Fernández

Madrid
Junio 2014

Fernando Rafael
Ortiz-Cañavate
Campbell

**¿CÓMO HAN EVOLUCIONADO LOS CRITERIOS DE MEDICIÓN DE LA ÉTICA EMPRESARIAL
ENTRE 2000-2013 EN LA UNIÓN EUROPEA?**



Resumen:

Desde el comienzo del siglo 21, se podido observar un aumento considerable en el número de entidades cuya función es el asesoramiento de la ética empresarial. En este trabajo se tiene como objetivo analizar la evolución de los criterios de medición de la ética empresarial en la Unión Europea entre los años 2000 y 2013. Para cumplir este objetivo se identificarán y evaluarán los métodos más eficientes y eficaces de afrontar los problemas y limitaciones de la medición de la ética empresarial. Al final de la investigación se evaluará la evolución de los criterios de evaluación de la ética empresarial en 10 índices independientes entre los años 2000 y 2013.

Abstract:

Since the beginning of the 21st century, there has been a considerable increase in the number of entities that specialise in the assessment of corporate ethics. This investigation's objective is the analysis of the development of measurement criteria of corporate ethics in the European Union between the years of 2000 and 2013. In order to achieve this objective, this investigation aims to identify and evaluate the most efficient and effective methods of confronting the problems and limitations regarding the measurement of corporate ethics. At the end of this investigation there shall be an evaluation of the evolution of the corporate ethics measurement criteria used by ten independent indices between the years of 2000 and 2013.

Contenidos:

Glosario de términos:	2
1.0 Introducción:	3
2.0 Marco Teórico:	6
2.1 Que constituye un cumplimiento de la ética empresarial según la población de la Unión Europea:	6
2.2 Obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial:	8
2.2.1 Obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial que afectan a las empresas:9	
2.2.2 Obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial que afectan a las agencias de rating independientes:	12
Conclusiones:	16
2.3 Métodos de afrontamiento a las limitaciones de la medición de ética empresarial.....	16
2.3.1 El empleo del modelo de Virtudes corporativas:	17
2.3.2 El uso de un número superior de fuentes de información para asesorar a las empresas:.....	18
2.3.3 El empleo de servicios legales para reducir los riesgos relacionados a la publicación de información acerca de la empresa:	19
2.3.4 Conclusiones:	20
2.4 Conclusiones obtenidas del marco teórico	20
3.0 Metodología:	21
3.1 Justificación de los criterios de selección de los índices:.....	22
3.2 Resumen de índices seleccionados:.....	24
3.3 Especificación y justificación de las variables analizadas en el estudio:	27
3.4 Evaluación de la validez y fiabilidad de la información obtenida:	29
4.0 Evolución de los criterios de medición de ética empresarial entre los años 2000 y 2013: 31	
4.1 Cambios observados en los criterios de medición de la ética empresarial para cada índice: 33	
4.2 Conclusiones obtenidas de estos cambios de los cambios observados en los criterios de medición de la ética empresarial:	40
5.0 Evaluación de las limitaciones en este trabajo:	
6.0 Conclusiones del trabajo:	41
7.0 Bibliografía:	45
8.1 Anexos:	51
8.1 Las cinco dimensiones de Gerard Hendrik Hofstede: (Centre, 2014).....	51
8.2 El modelo de las virtudes corporativas “Corporate Ethical Virtues Model” de Muel Kaptein (M.Kaptein 1998):	52

Glosario de términos:

Constructo Multidimensional: Un constructo multidimensional se refiere a las múltiples dimensiones diferentes pero relacionadas que son tratadas como un mismo concepto teórico. (Godfrey und Hatch, 2007)

Ética Empresarial: El estudio de las acciones corporativas, tanto individuales como corporativas con atención especial a su adecuación moral. (Werhane & R., 1997)

Modelo de las cinco dimensiones de Gerard Hendrik Hofstede: Modelo que demuestra que existen agrupamientos culturales a nivel regional y nacional que afectan el comportamiento de las sociedades y organizaciones, y que son muy persistentes en el tiempo. (Vitell, et al., 1993)

El modelo de las virtudes corporativas de Muel Kaptein:

Modelo que asesora la cultura ética de las organizaciones según 7 virtudes específicas: la claridad, el ejemplo, la viabilidad, el apoyo, la transparencia, la habilidad de discutir y la habilidad de sancionar. (M.Kaptein 1998)

Conflictos de interés:

Cuando el juicio del individuo y la integridad de sus acciones, se ven indebidamente influenciados por un interés secundario, de tipo generalmente económico o personal. (Thompson, 1993)

Agencia de rating:

Una institución especializada en el análisis de un tipo de riesgo en particular; este puede ser financiero o de incumplimiento de la ética empresarial entre otros. (Expansión, 2014)

1.0 Introducción:

El objetivo principal de este trabajo de investigación es analizar la evolución de los criterios de medición de la ética empresarial en la Unión Europea entre los años 2000 y 2013. En concreto, a través de esta investigación; se intentará determinar el si esta evolución de los criterios ha sido exitosa según su habilidad de responder a los nuevos obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial. Esto permitirá determinar si la medición de la ética empresarial precisa cambiar radicalmente o si en la actualidad esta actividad se está realizando de mejor forma posible.

La necesidad de un estudio de este tipo queda justificada a causa del considerable aumento en la demanda de sistemas que miden la ética empresarial, de forma independiente y sin influencias externas en los últimos 20 años. A pesar de que actualmente existe un alto número de instituciones de medición de la ética empresarial; durante estudio se observó una importante dificultad de encontrar instituciones hayan permanecido en operación durante todo el durante el periodo de tiempo elegido en este estudio (es decir, entre los años 2000 y 2013). Cabe mencionar, que durante el proceso de investigación no se encontró ninguna agencia de calificación de la ética empresarial con una antigüedad superior a los 25 años de operación. Por tanto, se puede concluir que el incremento en la demanda de sistemas de medición de la ética empresarial justifica en gran medida la necesidad de analizar la efectividad y éxito de la evolución de los criterios de medición de la ética empresarial. Por otra parte, la crisis financiera del 2008 expuso la influencia que los conflictos de interés pueden tener en las calificaciones otorgadas a empresas; especialmente en respecto a su actitud ética y su estado financiero (en el año 2008 Lehman Brothers quebró a pesar de tener una calificación de AAA de Standard & Poor's) (Portes, 2012). Por tanto, este trabajo también servirá como una importante herramienta que permitirá asesorar si los criterios de medición de la ética empresarial están adaptados a los obstáculos y limitaciones más actuales de la medición de la ética empresarial.

Para asesorar la evolución de los criterios de medición de la ética empresarial, en este estudio se han seleccionado 10 instituciones cuya actividad principal es la medición de la aplicación de la ética empresarial. El objetivo del asesoramiento de estas instituciones será establecer si la evolución de sus criterios de medición de la ética empresarial, responde a los obstáculos y limitaciones de medición previamente identificados en el marco teórico del estudio. Para garantizar una evaluación justa y sin ningún tipo de sesgo, se establecerá una serie comprensiva de requisitos que han de cumplir las instituciones seleccionadas en esta investigación. Estos requisitos serán expuestos y justificados en la sección de metodología de este estudio. Asimismo, en este estudio también se han establecido una serie de criterios para la selección de la literatura académica que será empleada en el marco teórico. En esta investigación, se tiene como objetivo el uso de artículos académicos, cuyas investigaciones se hayan predominantemente realizado en los últimos 10 años. De esta forma será posible asegurar que sus conclusiones sean relevantes al periodo de estudio de esta investigación.

Para afrontar a los objetivos de esta investigación el trabajo se dividirá en cuatro partes. En la primera sección se realizará un marco teórico en el que se investigará que constituye la ética empresarial para los ciudadanos de la Unión Europea; en esta parte se tendrá el objetivo de determinar si todos los ciudadanos de la región tienen una interpretación similar del concepto. A continuación, el marco teórico continuará identificando los obstáculos y las dificultades de la medición de la ética empresarial; tanto los que han de ser afrontados por las empresas como los que han de ser afrontados por las instituciones que asesoran la aplicación de la ética empresarial de las empresas. El marco teórico concluirá con la exposición de una serie de soluciones propuestas por múltiples fuentes académicas para adaptar a la medición de la ética empresarial a los obstáculos y limitaciones identificados.

En la segunda sección de este trabajo se expondrá la metodología de la investigación, que comenzara con una identificación y descripción de las instituciones de medición de ética empresarial serán evaluadas en el estudio. A continuación, se expondrán los criterios de selección de las instituciones elegidas en esta investigación, para luego especificar la metodología que será seguida en el proceso investigación. En la tercera

parte del trabajo se realizará el proceso de investigación; que servirá para analizar la evolución seguida por los criterios de medición de la ética empresarial de las instituciones elegidas. A continuación, se determinará si esta evolución ha respondido a los obstáculos y limitaciones identificados que fueron identificados previamente en el marco teórico. En la última sección del trabajo se realizará una conclusión del estudio en la que se expondrán los resultados obtenidos y las limitaciones que han tenido que ser afrontadas durante el estudio. Por último, se identificarán las posibles áreas donde el estudio e investigación de esta materia se podrían expandir.

Sin embargo, antes de comenzar este trabajo es fundamentalmente importante establecer una definición clara de la ética empresarial. La definición de De George's (1987) es probablemente la más simple de todas: "La interacción entre la ética y las empresas" mientras que (Werhane & R., 1997) definen la ética empresarial como el estudio de las acciones corporativas, tanto individuales como corporativas con atención especial a su adecuación moral.

2.0 Marco Teórico:

En esta sección del estudio se utilizará la literatura académica para identificar y analizar aquellos factores responsables de la evolución de los criterios de medición de la ética empresarial entre los años 2000 y 2013. El marco teórico se dividirá en cuatro partes: Un análisis y explicación de que constituye un cumplimiento de la ética empresarial, la exposición de los obstáculos y las limitaciones de la medición de la ética empresarial, los métodos de afrontamiento a dichas limitaciones de la medición de la ética empresarial y finalmente una conclusión en la que se utilizara el conocimiento obtenido para intentar establecer las hipótesis de partida.

2.1 Que constituye un cumplimiento de la ética empresarial según la población de la Unión Europea:

Es importante reconocer que las expectativas del comportamiento ético de las empresas no son constantes entre las diferentes regiones de la unión europea. Vitell y otros (Vitell, et al., 1993) intentaron comprender la influencia que tiene la cultura de una sociedad en la actitud ética de las empresas; mediante el uso de la tipología de las cuatro dimensiones de Geert Hofstede: (Distancia al poder, individualismo vs. colectivismo, masculinidad vs. feminidad, evasión de la incertidumbre y la orientación a largo plazo vs a corto plazo). (Ver anexo: 1.0) En este estudio los autores demostraron que el éxito de la introducción de una nueva regulación de asesoramiento de la ética empresarial depende mucho de la compatibilidad de esta nueva medida con la cultura de la región. Según (Vitell et al., 1993) este fenómeno fue ejemplificado en un estudio de (Ferrel & Gresham, 1985) en cual se analizó la resistencia a la introducción de medidas que potencialmente aumentarían la distancia de poder (ej. reducción de impuestos, congelación de los salarios mínimos) entre países que exhibían diferentes niveles de distancia de poder. El estudio confirmó que estas medidas tuvieron un menor nivel de resistencia en aquellos países con mayores niveles de distancia de poder (en este caso México y los Emiratos Árabes) dado que los individuos de estas regiones exhibían un mayor nivel de aceptabilidad a las divergencias de renta y poder que aquellos individuos que pertenecían a culturas con menores distancias de poder (ej. Alemania y Canadá). Por otra parte, (Lund, et al., 2013) realizaron un estudio más reciente sobre el impacto de las cuatro dimensiones de Geert Hofstede, en el cual asesoraron la

importancia del concepto de la equitatividad para los individuos de 10 países diferentes. En este estudio se concluyó que la cultura de una región no es el único factor que determina la percepción de un comportamiento moralmente correcto; sino que también es necesario reconocer el estado macroeconómico y la exposición de la región a otras culturas.

Sin embargo, a pesar de que el modelo de Hofstede ha sido generalmente aceptado como uno de los modelos de valores de las culturas más comprensivos; su validez y limitaciones han sido criticadas extensivamente. Según (AILON, 2008) Hofstede meramente identifica las dimensiones sociales a un nivel de grupos de personas ya que se trata de las medias nacionales de países. Por tanto, los resultados proporcionados por este modelo no se pueden aplicar a un nivel individual; dado que no permite distinguir entre las diferencias de los miembros de dichas sociedades. Existe un riesgo de que la información obtenida del comportamiento medio de la población de un país se sobrevalore; y por tanto, se aplique la información en situaciones donde el resultado de una decisión depende de la personalidad de un individuo, o el comportamiento de una entidad. (Moulettes, 2007) También critica la selección de los individuos elegidos en las muestras utilizadas para desarrollar el modelo de Hofstede. Dado que la mayoría de los individuos entrevistados pertenecían a los sectores empresariales de ventas y el sector de la ingeniería. Esto implicó que se seleccionó un número muy bajo de mujeres además de que hubo una bajísima participación de las minorías sociales en este estudio.

Para concluir, es importante reconocer que la Unión Europea no es una zona homogénea en términos culturales o económicos lo cual implica la existencia de diferencias en los valores éticos entre los diferentes países de la región. De esta forma, existe la posibilidad de que la calificación obtenida por una empresa dependa en gran medida del entorno donde la entidad realiza sus actividades; en vez de que las calificaciones obtenidas dependan del comportamiento ético de la institución. A pesar de esto, tras concluir el proceso de investigación, se ha considerado que la Unión Europea es suficientemente homogénea para los objetivos de este estudio dado el alto nivel de dependencia entre los países. También cabe mencionar que hoy en día existen muchas más empresas europeas que realizan sus actividades en más de un país lo cual implica una adaptación de su comportamiento corporativo a los valores de varias culturas.

2.2 Obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial:

Con el objetivo de reconocer y analizar todos los obstáculos y dificultades de la medición de la ética empresarial esta sección del trabajo se dividirá en dos partes: Los obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial que afectan a las empresas y los obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial que afectan a las agencias de rating independientes.

Según (Lydenberg, 1986) la ética empresarial es por naturaleza un concepto excepcionalmente difícil de medir: “Es difícil construir una medida verdaderamente representativa de la responsabilidad social corporativa a causa de la complejidad de este concepto y por qué las medidas de una sola dimensión proporcionan una perspectiva demasiado limitada sobre el rendimiento verdadero en los dominios sociales relevantes”. Por otra parte, (Godfrey und Hatch, 2007) describen el desempeño social de una empresa como “Un constructo multidimensional” (Es decir, una serie de múltiples dimensiones diferentes pero relacionadas que son tratadas como un mismo concepto teórico). Por tanto, la influencia que una empresa ejerza en su entorno (la sociedad, los mercados y el medioambiente) dependerá de la ética seguida por dicha organización. Esta influencia se aplicará mediante una gran variedad de acciones (ej. gestión de la conservación medioambiental), procesos internos (ej. La relación con sus trabajadores) y la gestión de las relaciones directas con otras partidas (ej. las relaciones con la comunidad).

Sin embargo, también es importante reconocer que la medición de la ética empresarial es aplicada a empresas que pertenecen a una gran variedad de industrias cuyas características son extremadamente diferentes. El comportamiento ético de las empresas no se ve únicamente influido por los valores éticos de las empresas; sino que también por las características de las actividades económicas que se están realizando (podemos asumir que es mucho más costoso tener una cultura de conservación del medio ambiente para las industrias de producción y afino de metales, que para las industrias de prestación de servicios como por ejemplo la enseñanza). Según (Waddock, 1994) estas diferencias entre las industrias exponen la necesidad de que la medición de la ética empresarial se adapte a las características de cada industria. De esta forma se podrán realizar comparaciones más subjetivas entre grupos específicos de empresas.

2.2.1 Obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial que afectan a las empresas:

En esta parte de la investigación se explicarán dos principales barreras que dificultan la medición individual de la ética de una empresa propuestas por (Stovall, et al., 2006): La economía neoclásica y el sistema legal. Para justificar estas hipótesis, los autores proporcionan múltiples ejemplos de empresas que han sufrido graves consecuencias a causa de estas barreras. Según los autores; la economía neoclásica es una importante barrera, dado que existe un riesgo de acción legal si la empresa toma decisiones que favorecen el entorno de la empresa (es decir, sus stakeholders) pero desfavorecen los intereses de sus accionistas. Por otra parte, el sistema legal también crea un riesgo durante la medición de la ética empresarial; dado que la publicación de información acerca de la empresa puede causar demandas legales en el futuro. Un posible ejemplo sería la publicación de la proporción de mujeres y hombres que trabajan en la empresa. Si existiese un desequilibrio considerable en los sexos de los trabajadores, la información obtenida en el estudio se podría utilizar en el futuro como evidencia durante una demanda legal.

Riesgo de acción legal al tomar decisiones que desfavorecen las necesidades de sus stakeholders:

Según la economía neoclásica los accionistas son el grupo principal de stakeholders de tanto las empresas públicas como las privadas; esto causa que su objetivo principal sea buscar la maximización de beneficios. En esta ideología se argumenta que la maximización de la riqueza de los accionistas eventualmente optimizará el bienestar económico de toda la sociedad. Los administradores de una empresa tienen por tanto la responsabilidad de maximizar los beneficios de sus empresas para así aumentar el valor de las acciones. Sin embargo, en muchos casos, la presión de aumentar el valor de acciones impide tomar decisiones cuyas consecuencias no sean compatibles con la maximización de beneficios. Un ejemplo que ilustra esta intensa presión es la gestión de las expectativas de los analistas sobre los precios de las acciones de General Electric durante los 48 trimestres entre los años 1989 y 2001. En este periodo de tiempo, la empresa cumplió o superó las expectativas en un 96% de los casos y sorprendentemente; en el 89% de los casos las acciones alcanzaron el precio exacto, ni un centavo más ni uno menos (Denning, 2011). Según Roger Martin el decano de la

universidad de Toronto la probabilidad de que este tipo de desarrollo ocurra sin una gestión de los beneficios obtenidos es infinitesimal. En estos casos, la medición de la ética empresarial supondría un objetivo adicional, que debe ser cumplido por un administrador que ya está siendo sometido a una intensa presión de cumplir con las expectativas de una bolsa de valores extremadamente exigente. Los administradores que se encuentran en esta situación tienen por tanto, pocas incentivas de medir la actitud ética de su empresa. En la mayoría de los casos, la demostración de una buena actitud ética no justifica un mal desempeño en el valor de las acciones. Por otra parte, unos malos resultados en la actitud ética de una empresa siempre son mala publicidad que podría llegar a implicar acción legal.

Riesgo de acción legal a causa de la desvelación de información que pueda ser utilizada en casos legales contra la empresa:

En el caso de que la empresa esté dispuesta de realizar actividades éticas a pesar de las implicaciones que esto supone para maximizar el valor de las acciones; muchos administradores siguen sintiendo miedo a medir esta actitud ética. Esto se debe a que existe la posibilidad de que se desvele información que pueda ser utilizada en casos legales contra la empresa. Un ejemplo de esto, sería que se detecte que la empresa haya discriminado contra un grupo social en particular; y que al desvelar esta información se entable una demanda judicial. Una posible solución para contrarrestar este problema sería solo realizar este tipo de medición de la actitud ética bajo la observación de un abogado. De esta forma se podría diseñar un sistema de medición de ética que no ponga en peligro el futuro de la empresa. Por otra parte, una empresa que verdaderamente concienciada en adoptar una actitud más ética, reduciría (sin eliminar completamente) el riesgo de una demanda judicial, mediante una corrección de las deficiencias demostradas en asesoramiento ético (ej. mediante la contratación de personas que pertenecen a un grupo ético que anteriormente había sido discriminado). Sin embargo, también cabe mencionar el riesgo de desvelar información a los mismos competidores de la empresa al exponer un estudio que mide la ética empresarial. Este riesgo es especialmente existente en muchas de las nuevas industrias especializadas en el desarrollo de nueva información y tecnología. En estos casos, la ventaja competitiva depende mucho de la conservación de todo tipo información acerca las operaciones de

la empresa y el desarrollo de sus productos. Por tanto, en estos casos, la información ética expuesta al público tendría que ser más limitada.

Conclusión:

Es importante reconocer que existen muchos más obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial que afectan a las empresas además de los dos identificados en este estudio. Sin embargo, tras analizar la literatura académica, la economía neoclásica y el sistema legal parecen ser los dos factores que han tenido el mayor efecto en las empresas durante el periodo de tiempo que está siendo estudiado en esta investigación. A pesar de esto, es importante evaluar la calidad del material utilizado para llegar a estas conclusiones. (Stovall, et al., 2006) Utilizan una serie de ejemplos como la gestión de las expectativas de los analistas sobre los precios de las acciones de General Electric durante los 48 trimestres entre los años 1989 y 2001. A pesar de que estos ejemplos claramente demuestran las dificultades de la medición de la ética empresarial; es importante reconocer que el tamaño de la muestra utilizada en esta investigación es demasiado pequeño para tener un buen grado de certitud sobre las conclusiones obtenidas en este estudio. Por este motivo, a lo largo del resto de la investigación se deberá siempre aceptar que la economía neoclásica y el sistema legal tendrán un grado de dificultad de medición de la ética empresarial para cada empresa. Finalmente, a pesar del número limitado de ejemplos utilizados; se estima que la calidad del material utilizado es suficientemente buena para identificar a la economía neoclásica y el sistema legal como principales los obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial para las empresas. Una de las limitaciones de este estudio es la dificultad en demostrar que una empresa ha estado sujeta a obstáculos y limitaciones durante la medición de su ética empresarial y por tanto, se estima que los estudios han sido unas herramientas relativamente buenas para identificar a los obstáculos y limitaciones de la ética empresarial.

2.2.2 Obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial que afectan a las agencias de rating independientes:

En esta parte del estudio se discutirán una serie de barreras y dificultades que las agencias de rating afrontan al intentar medir la aplicación de la ética empresarial que han sido identificadas por (Turker, 2008) y (Minescu, 2010) En concreto, se evaluarán las siguientes tres dificultades: Los conflictos de interés, la selección de los criterios que serán evaluados y la calidad de la información obtenida de las empresas. Es importante reconocer que el uso de las agencias de rating independientes, para la medición de la ética empresarial todavía es un concepto relativamente nuevo; dado que ninguna de las agencias examinadas en este estudio tiene más de 25 años. Por tanto, existe una probabilidad de que algunas barreras y dificultades significantes no se hayan incluido en este estudio a causa de una falta de conocimiento en este campo.

Conflictos de interés entre las agencias de rating y las empresas que están siendo evaluadas:

Las agencias de calificación crediticia han sido severamente criticadas durante los últimos años por la otorgación de calificaciones que no han reflejado el estado financiero de las empresas: (el 15 de septiembre del 2008 Lehman Brothers quebró cuando tenía una calificación de AAA de Standard & Poor's) (Portes, 2012). (Minescu, 2010) Crítica que una de las principales razones de estos graves errores han sido los conflictos de interés generados por tres grupos: los inversores, las agencias de rating y las empresas evaluadas. En la mayor parte de los casos, las empresas eligen a las agencias de rating según el valor y fiabilidad que los prospectivos inversores atribuyen a las calificaciones que estas agencias de rating producen; por tanto, el éxito de las agencias depende de su reputación. Sin embargo, los inversores normalmente tienden a invertir en las empresas que tienen las mejores calificaciones y por tanto, existe la posibilidad de que la empresa seleccione a aquellas agencias de las que espera recibir las mejores calificaciones.

En este análisis, (Minescu, 2010) identifica el origen de un dilema para las agencias de rating: la decisión de otorgar calificaciones más positivas proporciona la oportunidad de obtener beneficios en el corto plazo a causa del incremento de la demanda de sus servicios. Sin embargo, al tomar esta decisión, la agencia de rating pone en riesgo su

reputación. Esto se debe a que las calificaciones dejarán de tener el mismo grado de validez y exactitud lo cual limitará su desarrollo en el largo plazo. Este dilema se puede aplicar de una forma muy similar a las empresas que están siendo evaluadas, (Hays & Ariail, 2013) utilizan el escándalo de la empresa de energía “ENRON” como un ejemplo de conflicto de intereses causado por las motivaciones de los ejecutivos de la empresa. En este caso, el deseo de aumentar el valor de las acciones de la empresa en el corto plazo fue el factor responsable de que ENRON incentivase a Arthur Andersen (la empresa responsable de auditar las cuentas de Enron) a preparar informes irrealmente positivos sobre el estado financiero de la empresa energética. Según (Hays & Ariail, 2013) el riesgo de este conflicto de intereses depende del incentivo existente para un alto crecimiento en el corto plazo; (en el caso de Enron existía un alto incentivo para crecer de manera insostenible, dado que la remuneración de los ejecutivos de la empresa dependía en gran medida en el precio de las acciones). Por este motivo, se puede argumentar que el tamaño de esta barrera de la medición empresarial es mayor durante las etapas de crecimiento económico insostenible; ya esto es una posible señal de que tanto la empresa como la agencia de rating este manipulando los criterios de medición para obtener un beneficio en el corto plazo. A lo largo de los últimos 13 años existen varios ejemplos de este comportamiento: (Lehman Brothers, Enron entre otros)

Dificultades de seleccionar los criterios más apropiados para medir la ética empresarial:

En actualidad, los índices que asesoran la ética empresarial de las empresas siguen dotando calificaciones completamente diferentes a las mismas empresas. Estas variaciones en las calificaciones pueden ser el producto de divergencias en los criterios empleados por las diferentes agencias de rating independientes. También es posible que las divergencias se deban a que los mismos aspectos de la ética estén siendo medidos de forma diferente. Según (Timperley, 2008) es bastante frecuente que las empresas obtengan sus calificaciones según unos aspectos relativamente amplios como por ejemplo el gobierno corporativo de la entidad, su respeto al medio ambiente o el impacto social de la empresa. El requisito más fundamental es que los criterios seleccionados por los índices, deben de estar definitivamente relacionados con aquellos factores que determinan el comportamiento ético de las empresas. Por otra parte, debe de existir un buen equilibrio en las áreas de la ética empresarial que son asesoradas por

los índices; es decir, no se puede evaluar únicamente un aspecto del impacto que una empresa tiene en su entorno; (ej. el impacto en el medio ambiente) sino que es necesario reconocer la influencia total que una empresa ejerce en su entorno.

Por otra parte, (Parisi & Hockerts, 2008) identifican que otra dificultad en el asesoramiento de la ética empresarial; es seleccionar los criterios adecuados para el asesoramiento de una gran variedad de las empresas. Esto es especialmente el caso cuando dichas empresas pertenecen a industrias completamente diferentes. Como fue previamente mencionado, el comportamiento ético de las empresas no se ve únicamente influido por los valores éticos de las empresas; sino que también por las características de las actividades económicas que se están realizando. Por tanto, es prácticamente imposible realizar un buen análisis del cumplimiento de la ética empresarial, si se utilizan los mismos criterios de medición para grupos de empresas que desempeñan actividades económicas completamente diferentes. (Parisi & Hockerts, 2008) Proponen que en este caso sería idóneo que se realizase una adaptación de los criterios los grupos de empresas de cada industria. Sin embargo, es importante reconocer que al tomar esta decisión, los resultados del índice corren el riesgo de ser altamente criticados, ya que se podría argumentar que el índice esta injustamente favoreciendo a unas empresas frente a otras.

Por último; también cabe mencionar la dificultad de adaptar los criterios de medición de la ética empresarial a tanto la evolución de las empresas que están siendo evaluadas; como la evolución de lo que la sociedad percibe como la exhibición de una buena conducta ética por parte de una empresa. Este último aspecto está muy relacionado con el objetivo los objetivos de esta investigación dado que se está intentando analizar la evolución los criterios de medición de la ética empresarial. (Korhonen, 2003) Critica seriamente la decisión de medir la ética empresarial ya que es muy difícil definir con certitud tales conceptos que determinan el cumplimiento de la ética empresarial; el autor propone el ejemplo el desarrollo sostenible: En este artículo se ha argumentado que el desarrollo sostenible como concepto es muy difícil de definir y en particular muy difícil de medir. Sin embargo, es necesario reconocer que no es necesario que la definición de estos conceptos sea exactamente la misma entre todos los índices de medición de la ética empresarial; sino que sea lo suficientemente similar para que las empresas reciban

calificaciones de su cumplimiento de la ética empresarial que sean relativamente similares.

Calidad de la información obtenida de las empresas:

Una vez más, es necesario reconocer los intereses de las entidades que asesoran las empresas: durante el proceso de investigación se tendrá como objetivo obtener la mejor imagen posible del comportamiento ético de una empresa, mientras que al mismo tiempo limitar el número de recursos necesarios para realizar esta investigación. (ej. tiempo, dinero, personal ect.) Por tanto existe un riesgo de que un índice caiga en la tentación de sacrificar la calidad de las evaluaciones del comportamiento ético de las empresas, con el objetivo de reducir la cantidad de recursos necesarios para realizar cada evaluación. De esta forma, el índice en cuestión tendría la oportunidad de asesorar un número mayor de empresas con los mismos ingresos, y por tanto aumentar su rentabilidad en el caso de que la entidad sea un negocio independiente. Un ejemplo de esto sería el empleo de información que ha sido proporcionada por la empresa que está siendo asesorada (ej. las empresas asesoradas responden un cuestionario sobre el impacto de sus actividades) en vez de realizar una investigación independiente sobre el impacto que las empresas tienen en su entorno. Este método de obtener la información supone un riesgo de falta de neutralidad de la información utilizada; ya que la empresa que está siendo asesorada tiene la oportunidad proporcionar una imagen irrealista del impacto total de sus actividades.

Sin embargo, a pesar de las dificultades existentes en respecto a la obtención de información que represente de manera más efectiva el comportamiento ético de una empresa; existen verdaderos incentivos en el largo plazo que justifican una mayor inversión de los recursos del índice. Es muy probable que aquellos índices que tengan el objetivo de desarrollarse en el largo plazo, decidan aumentar la reputación de sus resultados mediante una inversión en la calidad de información empleada a lo largo de sus investigaciones. El incentivo de invertir más recursos para que en la investigación se utilice información de mayor calidad; dependerá por tanto en la habilidad del público en percibir un análisis de valor superior gracias al uso de esta información de mayor calidad. En actualidad, el alto número de índices que determinan el cumplimiento de la ética empresarial, mediante el uso de información que ha sido proporcionada por la

propia empresa que está siendo evaluada, demuestra una dificultad en la percepción del empleo de información de alta calidad. Esto puede deberse a que no exista un incentivo suficientemente importante como para justificar una inversión superior de los recursos de la institución.

Conclusiones:

Por tanto la eficiencia de cualquier tipo de sistema que intente medir la actitud ética de una empresa dependerá en la eficacia con la cual se intente reducir el efecto de estas barreras a la medición de las actividades éticas de una empresa. Un posible ejemplo sería evitar un conflicto de intereses demostrando a los accionistas que una actitud ética por parte de la empresa, puede aportar en el largo plazo beneficios superiores que un aumento repentino en el valor de sus acciones. De esta forma, existe la posibilidad de convencer a los accionistas a invertir en una empresa a pesar de que su crecimiento no sea tan atractivo como el del resto de la industria; esto sería posible si los informes de actitud ética consiguen demostrar que la empresa puede mantener un crecimiento sostenido a largo plazo.

2.3 Métodos de afrontamiento a las limitaciones de la medición de ética empresarial.

Según L.K. Treviño y G.R. Weaver en “Managing Ethics in Business Organizations” en actualidad existen dos importantes factores que determinan la actitud ética de una empresa: El clima ético y la cultura ética. El clima ético define aquellos aspectos que determinan lo que se constituye como una conducta ética, es decir; la interpretación de un comportamiento ético. Por otra parte, la cultura ética se puede definir como aquellos aspectos que estimulan la actividad ética. En esta parte de la investigación se propondrán soluciones para superar las limitaciones de la medición de la ética empresarial mediante el estudio de la cultura ética. Sin embargo, no se realizará un análisis similar del clima ético; ya que el objetivo principal no es analizar los factores que determinan nuestra definición de un comportamiento ético; sino determinar qué aspectos estimulan la actividad ética empresarial para luego afrontar las limitaciones de su medición.

2.3.1 El empleo del modelo de Virtudes corporativas:

Quizás una de las herramientas más apropiadas para asesorar la cultura ética de las organizaciones es el modelo de virtudes corporativas “Corporate Ethical Virtues Model” de Muel Kaptein (M.Kaptein 1998) (Ver Anexo). Este modelo tiene sus fundaciones en la ideología de que la virtud de una empresa, depende de la habilidad con la que su cultura organizacional estimula a los trabajadores a actuar de forma ética y les previene de actuar de una forma poco ética. El modelo es particularmente innovador al no tratar de meramente medir la ética empresarial, sino la capacidad de una entidad en estimular la conducta ética de los trabajadores. Al hacer esto, la teoría reconoce que la alta dirección de una entidad no es únicamente responsable su actitud ética ya que esto depende de las decisiones de todos los trabajadores. El modelo concretamente identifica 7 virtudes en las empresas que fomentan la actitud no ética de los empleados de una empresa: la claridad, el ejemplo, la viabilidad, el apoyo, la transparencia, la habilidad de discutir y la habilidad de sancionar. Es importante recordar que la cultura ética de la empresa podría ser seriamente dañada por el incumplimiento de tan solo uno de estos factores. Por tanto, una de las formas de superar las barreras de la medición de la ética empresarial sería realizar una evaluación de cuales de estos criterios no están siendo cumplidos.

Sin embargo, los beneficios de este modelo son desafortunadamente limitados; ya que es necesario reconocer que es muy difícil de medir con exactitud cada una de estas virtudes (ej. ¿Exactamente que es un alto grado de transparencia?). Esto implica que se necesitará emplear un número relativamente alto de criterios durante el asesoramiento de una empresa; para averiguar si dicha empresa verdaderamente está estimulando un comportamiento ético. Es posible que no existan los recursos necesarios para llevar a cabo un análisis tan detallado. Por otra parte, en el modelo no se especifica la relativa importancia de cada una de las virtudes ya que esto depende en gran medida del tipo de actividades que están siendo desempeñadas por las empresas. Esto implica que existirá una importante necesidad en adaptar los criterios medición a las industrias a las que pertenecen las empresas que están siendo evaluadas; una vez más; la decisión de realizar un análisis más detallado requerirá el empleo de una cantidad mayor de recursos, lo cual no es siempre posible.

2.3.2 El uso de un número superior de fuentes de información para asesorar a las empresas:

Esta estrategia tiene como objetivo reducir los obstáculos derivados de un conflicto de intereses y una falta en la calidad de información empleada para asesorar a las empresas. En primer lugar es más difícil que surja un conflicto de intereses a causa de la poca probabilidad de que todas las fuentes de información den una imagen irrealista de la empresa con el objetivo de obtener un beneficio en el corto plazo. Además de esto, el empleo de muchas fuentes de información aporta una mayor credibilidad al estudio ya que demuestra que se está realizando un asesoramiento neutral. También cabe considerar que este incremento en la variedad de información empleada probablemente implicará que se esté obteniendo más información acerca de la empresa. Por tanto, esta estrategia se convalida con el objetivo previamente mencionado de incluir a todas las virtudes del modelo de las virtudes corporativas durante el asesoramiento de una empresa.

Sin embargo, es importante recordar que el empleo de una selección variada de fuentes de información no significa necesariamente una mejora en la calidad de la información empleada en el estudio. En algunos casos, el requerimiento de tener que emplear un elevado número de fuentes de información, puede suponer el uso de fuentes de información poco aptas para ser utilizadas para el asesoramiento de la ética empresarial de las empresas (Tanto por la poca calidad de como por la poca relevancia de estas fuentes de información). Por otra parte, también es importante recordar que el número de fuentes de información empleadas en el asesoramiento de una empresa dependerá de los recursos disponibles. Estos recursos no solo son financieros; ya que también es importante considerar el tiempo disponible para el asesoramiento de una empresa, y la cantidad de especialistas disponibles para filtrar la información obtenida durante la investigación.

2.3.3 El empleo de servicios legales para reducir los riesgos relacionados a la publicación de información acerca de la empresa:

Durante este marco teórico se concluyó que los obstáculos de la medición de la ética empresarial que afectan a las empresas son principalmente de carácter legal. Por tanto, la solución más evidente es buscar la colaboración de un servicio legal (ej. un abogado) durante la medición de la ética empresarial de una empresa. De esta forma se tendría como objetivo el desarrollo de un sistema que no ponga en riesgo el futuro de la empresa; tanto por el riesgo de acción legal a causa de la desvelación de información que pueda ser utilizada en casos legales contra la empresa; o el riesgo de desvelar información a los competidores de la empresa. Esto sería posible si la empresa consigue asegurar la confidencialidad de la información utilizada para medir el impacto de sus actividades; además de tener la habilidad de justificar legalmente que la empresa siempre ha tomado sus decisiones según una ética que es aceptada por toda persona o entidad directamente afectada por la empresa.

Sin embargo, es importante recordar que el empleo de servicios legales durante la formulación de los criterios de medición de la ética empresarial; no implica necesariamente la eliminación de todos los riesgos relacionados con la publicación de información acerca de la empresa. Esto se debe a que es posible que dicho servicio legal no haya sido capaz de reconocer todos los riesgos posibles o preparar a la empresa contra todos los riesgos relacionados a la publicación de información acerca de la empresa. Por tanto, la empresa deberá evaluar si las consecuencias relacionadas con la publicación de información; son suficientemente importantes como para decidir que los servicios legales no son protección suficiente contra el posible riesgo. Por otra parte, también cabe una vez más recordar que no siempre existen los recursos necesarios para beneficiarse de un apoyo legal; dado que será muy difícil de estimar exactamente el coste total de dichos servicios.

2.3.4 Conclusiones:

En primer lugar, es importante reconocer que el objetivo de esta sección de la investigación, no era específicamente mencionar y explicar todos los métodos de afrontamiento a las limitaciones de la medición de ética empresarial; dado que existe un número casi infinito de problemas de medición de la ética empresarial. Por este motivo, se ha decidido identificar los métodos de afrontamiento más apropiados a los problemas y limitaciones identificados durante la segunda parte del marco teórico. Tras realizar esta investigación se puede concluir que el uso de estos métodos de afrontamiento depende en gran parte de los recursos disponibles; a tanto las entidades responsables del asesoramiento proporcionado a las empresas; como a las mismas empresas que están siendo asesoradas.

2.4 Conclusiones obtenidas del marco teórico:

Tras realizar este marco teórico podemos concluir que el éxito de la evolución de los criterios de la ética empresarial verdaderamente depende en su habilidad en responder a las dificultades de la medición de la ética empresarial. Esta conclusión nos permite establecer la hipótesis de partida de que los criterios de evaluación de la ética empresarial habrán evolucionado de manera positiva en caso de que estos respondan a las dificultades existentes en la medición de la ética empresarial. Si este no es el caso, se concluirá que la evaluación de los criterios de evaluación no ha sido positiva.

3.0 Metodología:

El objetivo del estudio de campo será analizar y comparar en detalle el desarrollo temporal de los criterios utilizados por las organizaciones más conocidas para evaluar la aplicación de la ética empresarial. Este proceso permitirá establecer si la evolución de los criterios de medición de la ética empresarial responde a los obstáculos y limitaciones de medición previamente identificados en el marco teórico del estudio. En esta sección se establecerá la metodología empleada por el estudio de campo para alcanzar estos objetivos.

A causa de las características y limitaciones de este estudio los resultados obtenidos en esta investigación tendrán una naturaleza cualitativa y no cuantitativa. Esto se debe al hecho de que las relaciones entre los elementos de la investigación no son representables por modelos numéricos. Por tanto, no es posible realizar una investigación cuantitativa dado este tipo de investigación requiere la habilidad de medir de forma concreta las variables que están siendo estudiadas. Es importante recordar que el efecto de los criterios de medición de la ética empresarial no es cuantificable ya que cualquier valoración estaría sujeta a subjetividad, lo cual invalidaría cualquier evaluación o conclusión propuesta.

Por estas razones, los resultados relevantes a la investigación se obtendrán mediante un análisis cualitativo de los criterios de medición de ética empresarial utilizados por una muestra de índices entre los años 2000 y 2013. En este proceso no solo se evaluarán los criterios utilizados por los índices para obtener conclusiones; sino que también se analizará el número y variedad de empresas analizadas para poder evaluar su influencia en el mundo corporativo. Antes de comenzar la investigación, será necesario justificar el tamaño y las características de la muestra seleccionada y establecer los criterios de selección de los índices seleccionados. A continuación, se especificaran y describirán los índices empleados en este estudio. El siguiente paso será especificar las variables analizadas para luego justificar su relación con los objetivos de esta investigación. Finalmente, se evaluará la validez de la información obtenida para luego asesorar su fiabilidad y validez.

3.1 Justificación de los criterios de selección de los índices:

En este estudio se han seleccionado una muestra de 10 índices de asesoramiento de la actividad ética de las empresas en la Unión Europea. Tras un análisis de los índices de la región, el tamaño de esta muestra fue elegido por ser un equilibrio entre dos necesidades: la necesidad de establecer unos mínimos requisitos de los índices seleccionados para maximizar la fiabilidad y utilidad de la información obtenida; y la necesidad de tener un número suficiente de índices para hacer comparaciones y evaluaciones sobre cómo han evolucionado los criterios de medición de la ética empresarial. Para garantizar tanto la fiabilidad como la utilidad de los índices analizados en este estudio se decidió crear una serie de requisitos necesarios:

1. El índice deberá realizar una medición de la ética empresarial de al menos 20 empresas multinacionales que desempeñen la mayor parte de sus negocios dentro de la Unión Europea.
2. El índice deberá analizar dos o más aspectos de la ética empresarial (Responsabilidad medioambiental, social, etc.)
3. El índice deberá analizar las empresas de una gran variedad de industrias
4. El índice ha de ser transparente en cuanto a las justificaciones de los criterios utilizados para medir el comportamiento ético de las empresas y la obtención de sus datos empleados en su investigación.
5. Los resultados proporcionados por los índices han de ser indiscutiblemente neutrales. Es decir, no puede existir ningún tipo de influencia por parte de las empresas a los resultados presentados por los informes.
6. Los índices no deben de ser gestionados por ninguna entidad pública.
7. Los índices seleccionados han de haber permanecido en operación un mínimo de 10 años.

El primero de los requerimientos fue establecido con el objetivo de no solo asegurar la selección de instituciones que tengan un impacto considerable en la medición de la ética empresarial; sino que también era fundamentalmente importante asegurar que la evolución de los criterios de medición dependa principalmente de la influencia de la región que ha sido elegida (la Unión Europea) y no de otras partes del mundo. Con el

segundo requerimiento se intenta garantizar un análisis más comprensivo de la evolución de los criterios de medición de la ética empresarial dado que implica que los índices seleccionados realizan un análisis más profundo de las empresas y por tanto deben de asesorar muchos más factores para establecer una calificación. Con el tercer requerimiento se intenta reducir el riesgo de sesgo en los criterios de medición de ética empresarial utilizados. Es importante reconocer que la actividad económica realizada por una empresa puede tener una gran influencia en su actitud ética (es mucho más difícil que una empresa especializada en la extracción de minerales tenga el mismo impacto medioambiental que una empresa que ofrece servicios financieros). El cuarto requerimiento de los índices seleccionados es probablemente el más importante; dado que la validez y la fiabilidad de cualquier tipo de índice se determina analizando los datos y la metodología empleada para generar sus conclusiones. La falta de transparencia es por tanto, una señal de que las calificaciones otorgadas por el índice se ven influenciadas por un agente externo dado que el índice no opera de forma independiente. La independencia del índice frente a otros agentes es quinto requisito dado que de no serlo; sería imposible determinar si la evolución de los criterios de medición empleados por los índices tiene el objetivo de afrontar los obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial en vez de ser causados por la influencia de un agente externo. Como sexto requisito los índices han de ser privados y no deben de estar sujetos a ningún tipo de influencia de las entidades públicas. Esto se debe a que la existencia de influencias políticas implicaría una gran dificultad en establecer las causas de la evolución de los criterios de medición (sería imposible saber si la evolución de estos criterios de medición tiene como objetivo afrontar las limitaciones de la medición de la ética empresarial). En el último requisito se establece la necesidad de utilizar índices que hayan realizado sus actividades durante el tiempo suficiente como para poder observar una evolución en los criterios de medición. Además de esto, una antigüedad superior a los 10 años de operación refleja una confianza por parte de la comunidad que utiliza la información proporcionada por estos índices lo cual aumenta su credibilidad y reputación.

3.2 Resumen de índices seleccionados:

A continuación se resumirán los 10 índices seleccionados para la investigación de este estudio según su año de fundación:

1. Corporate critic (Pertenece a ECRA, “Ethical consumer research association”):

“Corporate critic” (Crítica corporativa) es un producto del “Ethical Consumer Research Association” que fue fundado en el año 1988. El índice asesora más de 25.000 empresas con el objetivo de “promover la ética corporativa mediante el poder de los consumidores” (Corporatecritic, 2014). Las empresas son asesoradas según los siguientes cinco tipo de impactos de las empresas: impacto medioambiental, impacto social, respeto al bienestar de animales, actitud política, características de los productos ofrecidos y sostenibilidad.

2. Ethical consumer:

Fundado en el año 1989 el objetivo de esta asociación es “promover los derechos humanos universales, la sostenibilidad medioambiental, y el bienestar de los animales mediante la provisión de información a consumidores y activistas” (Consumer, 2014). La asociación produce índices que asesoran los productos de aproximadamente 30.000 empresas según 19 criterios que evalúan el impacto social y medioambiental de cada empresa en su entorno.

3. MSCI KLD 400 Social Index:

Este índice fue fundado en año 1990 lo cual le convierte en uno de los primeros índices de asesoramiento de empresas con el objetivo de identificar cuáles son las inversiones más socialmente responsables “Socially Responsible Investment indices” del mercado. El índice únicamente asesora aquellas empresas que no ejerzan ninguna actividad relacionada a la producción de alcohol, tabaco, entretenimiento adulto, armamento militar y la producción de organismos genéticamente modificados (MSCI, 2014)

4. Sustainalitics company ratings:

Este índice tiene sus orígenes en el año 1992 aunque no fue oficialmente fundado hasta el año 2008 tras la fusión de “Dutch Sustainability Research”, Scoris” y el grupo AIS (Analistas Independientes de la Sostenibilidad). En actualidad Sustainalitics asesora

más de 4.000 empresas en todo el mundo y su objetivo “La integración de los factores sociales y medioambientales al proceso de decisión de los inversores”. (Sustainalytics, 2014)

5. Oekdom research:

Fundado en el año 1993 Oekdom Research se diferencia del resto de los índices al no solo proveer información del comportamiento social e impacto medioambiental empresas; sino que también se asesoran de forma independiente las industrias y los países. La institución emplea más de 100 criterios sociales y medioambientales específicamente adaptados a cada industria para clasificar a las instituciones en sus índices. Además de esto; Oekdom research es económicamente independiente lo cual asegura una mayor credibilidad y objetividad de sus resultados. (AG, 2014)

6. Dow Jones sustainability Index (DJSI):

El DJSI evalúa la sostenibilidad de las 2500 empresas de mayor tamaño del “Índice Global de la Bolsa de Valores del Dow Jones”. El DJSI fue fundado en el año 1999 lo que le convierte en el índice de sostenibilidad empresarial de mayor antigüedad. Las calificaciones de las empresas en este índice se componen equitativamente a partir de tres componentes: el desempeño económico, social y medioambiental de las empresas. (Index, 2014)

7. FTSE4Good:

Este índice fue fundado en el año 2001 y ha sido diseñado para medir de forma objetiva el rendimiento de las empresas que cumplen con criterios de responsabilidad corporativa que han sido aceptados a nivel global. La investigación realizada por este índice tiene el apoyo del EIRS (Ethical Investment Research Services) una organización con más de 30 años de antigüedad que no está afiliada a ninguna institución financiera. (FTSE4Good, 2014)

8. Covalence ethical quote:

Este índice fue fundado en el año 2001 y asesora la reputación de 2800 de las empresas más grandes del mundo. El índice se difiere del resto de nuestros ejemplos por su forma

única de obtener la información para generar las calificaciones. Su metodología se inspira en la Iniciativa Global de Informes “Global Reporting Initiative” y utiliza el internet para integrar y analizar miles de artículos informativos sobre cada empresa. Esto permite al índice asesorar la reputación de que cada empresa según su la actitud social, su actitud medioambiental, y la sostenibilidad de la empresa. (EthicalQuote, 2014)

9. Vigeo ratings:

Fundada en el año 2002 Vigeo se ha convertido en el líder europeo de asesoramiento de empresas según su habilidad de afrontar a los problemas medioambientales y sociales de su entorno. Su principal actividad es la provisión de información a inversores potenciales sobre más de 2.700 acciones. (Vigeo, 2014)

10. Ethisphere Institute, The world’s most ethical companies:

Ethisphere intitute es una consultora Americana que desde el año 2004 produce anualmente una clasificación de “Las empresas más éticas del mundo” (World’s most ethical companies). El asesoramiento de estas empresas depende de los siguientes 5 criterios: El programa ético y de cumplimiento normativo (25%), su reputación y liderazgo (20%), su gestión corporativa (10%), su responsabilidad corporativa (20%) y su cultura ética (25%). (Intitute, 2014)

3.3 Especificación y justificación de las variables analizadas en el estudio:

Para detallar la evolución exacta de los criterios de medición de ética los índices de asesoramiento de actividad ética serán evaluados según la siguiente serie de criterios:

- Número de empresas evaluadas
- Número de criterios analizados por el índice
- La información esta proporcionada por las empresas o recogida por el índice
- Se realiza una evaluación del impacto de la empresa en el medio ambiente
- Se realiza una evaluación del impacto social de la empresa
- Se realiza una evaluación del impacto económico de la empresa

Estos criterios recogen un resumen de las condiciones propuestas por el marco teórico que definen a las empresas éticamente responsables. Dentro de estas variables cabe destacar que se determina si un índice está asesorando los tres aspectos más importantes que determinan el impacto que las empresas están teniendo en su entorno: El impacto social, el impacto medioambiental y el impacto económico. Estos tres aspectos recogen todos los tipos de impactos que una empresa puede estar ejerciendo en su entorno, la exclusión de cualquiera de ellos implica una alta probabilidad de que el análisis realizado por el índice no asesora de forma completa la ética empresarial de las empresas.

Además de esto, se identifica el número de empresas que el índice ha asesorado el último año con el objetivo intentar estimar el impacto que tiene cada índice de ética empresarial. Es importante reconocer que la información proporcionada por esta variable es muy subjetiva dado que es muy difícil de estimar el impacto total de índice de medición de ética empresarial. Es importante recordar que no solo se desconoce el tamaño e impacto de las empresas que están siendo asesoradas por cada índice; sino que existen muchos otros factores que determinan la influencia de un índice en su entorno (ej. reputación, entorno de sus operaciones, grado de exposición al público etc.).

Como medida de la profundidad del análisis realizado por los índices se decide evaluar el número de criterios analizados por el índice. Un mayor número de criterios empleados en teoría implica un análisis más comprensivo por parte de los índices, dado

que existe un número prácticamente infinito de variables que determinan el impacto de una empresa en su entorno. Sin embargo, una vez más es importante reconocer que la información proporcionada por esta variable es altamente subjetiva, dado que existe el riesgo de que un índice este utilizando criterios irrelevantes al impacto de una empresa en su entorno. Además de esto, la profundidad de un análisis también depende de la metodología empleada para medir cada una de estos criterios; es decir, la fiabilidad de las fuentes y procesos utilizados para obtener la información.

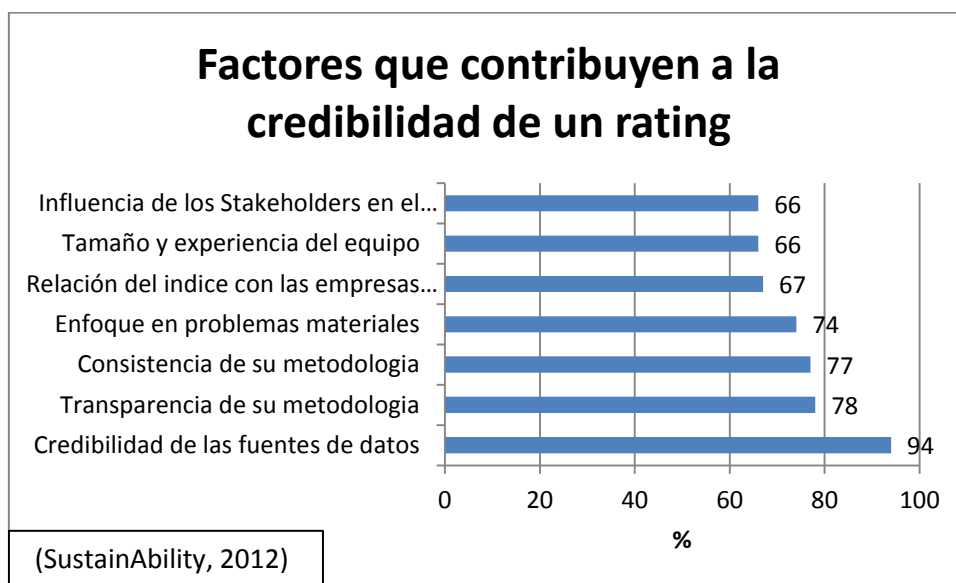
Por último, se estimó que también era fundamentalmente importante saber cómo los índices seleccionados obtienen la información que es utilizada para evaluar la aplicación de la ética empresarial en las empresas. Al incluir esta variable se reconoce el riesgo de falta de neutralidad en la información utilizada en el caso de que el índice utilice información directamente proporcionada por las empresas que están siendo asesoradas (ej. las empresas asesoradas responden un cuestionario sobre el impacto de sus actividades). Desafortunadamente, existe una vez más, un alto grado de subjetividad en la información proporcionada por esta variable; como fue previamente descrito en el caso de ENRON, existe la posibilidad de que la empresa influya a la entidad responsable del asesoramiento con el objetivo de obtener una calificación más positiva.

Tras elegir estas variables es importante reconocer que la percepción de la ética empresarial varía enormemente en nuestra sociedad. Por tanto, una de las limitaciones de este trabajo será la subjetividad de las variables elegidas para analizar estos índices que miden la ética empresarial. Sin embargo, es importante recordar que el objetivo de esta investigación no es intentar clasificar a los índices elegidos según su efectividad en medir la ética empresarial; sino utilizarlos como una mera herramienta para evaluar cómo han cambiado estos criterios en la UE durante el periodo de tiempo elegido. Por tanto, dado las conclusiones obtenidas en el marco teórico, se estima que las variables elegidas están correctamente adaptadas a los objetivos de esta investigación.

3.4 Evaluación de la validez y fiabilidad de la información obtenida:

A continuación se determinaran los factores que determinan la credibilidad de los resultados producidos por las agencias de rating. Al hacer esto, se tiene como objetivo determinar el valor de las calificaciones de los índices que han sido elegidos en este estudio, esto nos permitirá decidir si se puede iniciar el proceso de investigación de los índices.

En el año 2012 la entidad “SustainAbility” publicó un estudio comprensivo cuyo objetivo principal era la evaluación del desarrollo de 860 índices de asesoramiento del comportamiento ético de las empresas: “Rate the Raters” (Evalúa a los Evaluadores). Una de las principales cuestiones del estudio fue analizar exactamente qué factores tienen una mayor influencia para determinar la credibilidad de los índices: (SustainAbility, 2012)



Como podemos observar, los tres principales factores son: la credibilidad de las fuentes de datos empleados por los índices, la transparencia de la metodología empleada y la consistencia de su metodología.

Es muy difícil determinar exactamente la credibilidad de las fuentes de datos empleados por cada índice seleccionado, ya que en la mayoría de los casos los índices emplearon datos obtenidos durante sus propias investigaciones; lo cual implica una baja probabilidad de que se expongan serias deficiencias en la metodología empleada. Por otra parte, durante este estudio se ha intentado exponer la calidad de la información

utilizada por los índices señalando aquellos índices que obtienen información de las propias empresas que están siendo asesoradas; en vez de realizar investigaciones independientes; con el fin de reducir el riesgo de una posible escasez de neutralidad en la investigación.

La naturaleza de esta investigación requirió que la metodología empleada por cada índice sea especialmente transparente; de no ser así sería imposible obtener la información necesaria para poder analizar la evolución de los criterios de medición de la ética empresarial. Por tanto, se puede concluir que los índices seleccionados tienen un alto nivel de credibilidad en respecto a la transparencia de su metodología. Sin embargo, a pesar de la relativa antigüedad de los índices seleccionados; (en comparación con el resto de los otros índices que miden la ética empresarial) cabe mencionar sí que se han identificado importantes cambios en la metodología utilizada por los índices para determinar la ética empresarial de las empresas analizadas. A pesar de esto, los cambios en la metodología empleada por los índices seleccionados, son relativamente más modestos que los cambios en la metodología empleada por índices de menor antigüedad. Por tanto, se puede concluir que la información obtenida en este estudio es relativamente válida y fiable a pesar del número limitado de índices analizados; esto permite continuar a la fase de la investigación de los índices.

4.0 Evolución de los criterios de medición de ética empresarial entre los años 2000 y 2013:

Para cumplir los objetivos de este estudio en esta investigación no se pretende elaborar un ranking de las entidades más preparadas para medir la ética empresarial; sino que se tiene como objetivo identificar las diferencias existentes entre los criterios de medición utilizados por los índices y las formas más eficientes de afrontar los problemas y limitaciones de la medición de la ética empresarial.

En primer lugar se expondrán los valores de las variables elegidas en la siguiente tabla de elaboración propia:

Índice:	Número de empresas evaluadas	Número de criterios evaluados	¿Información obtenida por el propio índice?	Evaluación de actitud medioambiental	Evaluación de responsabilidad social	Evaluación de la actitud económica
FTSE 4Good	894 (en el año 2011) (International Institute for Environment and Development, 2012)	120 (criterios, 2014)	Sí , La entidad analiza las empresas y luego decide si se cumple una serie de requisitos previamente definidos	Si , se pondera en un 33%	Si , se pondera en un 33% queda representado como (respeto a los derechos humanos)	Si , se pondera en un 33%
Dow Jones Sustainability Index	1239 (en el año 2009) (Dow Jones Sustainability Indices, 2014)	100 (Dow Jones Sustainability Indices, 2014)	No , principalmente obtenida de las empresas	Si , se pondera en un 33%	Si , se pondera en un 33%	Si , se pondera en un 33%
Ethisphere Institute: The world's most ethical companies	Cerca de 5000 en el año 2012 (Smith, 2012)	135 (Institute, 2014)	No , obtenida mediante las respuestas de las empresas a un cuestionario con preguntas tipo test.	Si : Aunque indirectamente mediante la evaluación de su reputación y responsabilidad corporativa que tienen un 40% de ponderación	Si : Mediante la evaluación de la cultura ética medioambiental de una empresa que se pondera en un 25%	No : Ninguna medida específica evalúa este criterio

Ethical consumer	Aprox. 30.000 (Consumer, 2014)	19 (Consumer, 2014)	Sí , La entidad analiza las empresas y luego decide si se cumple una serie de requisitos previamente definidos	Si , aunque no especifica la ponderación de este criterio	Si , aunque no especifica la ponderación de este criterio	No : Ninguna medida específica evalúa este criterio
Corporate critic	Aprox. 25.000 (Corporatecritic, 2014)	23 (Corporatecritic, 2014)	Sí , La entidad analiza las empresas y luego decide si se cumple una serie de requisitos previamente definidos	Si , aunque solo constituye el 17% de la ponderación del índice	Si , aunque solo constituye el 17% de la ponderación del índice	Si , aunque solo constituye el 17% de la ponderación del índice
Covalence ethical quote	Aprox. 2800 (EthicalQuote, 2014)	50 (EthicalQuote, 2014)	No , utiliza el internet para integrar y analizar miles de artículos informativos sobre cada empresa	Si , aunque solo constituye el 14% de la ponderación del índice	Si , constituye el 42% de la ponderación del índice: factores sociales, derechos humanos y prácticas laborales	Si , aunque solo constituye el 14% de la ponderación del índice
Sustainable company ratings	4000 (Sustainableanalytics, 2014)	8000 (Sustainableanalytics, 2014)	Sí , La entidad analiza las empresas y luego decide si se cumple una serie de requisitos previamente definidos	Si , se pondera en un 33%	Si , se pondera en un 33%	Si , se pondera en un 33%
Vigeo ratings	125 (Vigeo rating, 2013)	38 (Vigeo rating, 2014)	Sí , La entidad analiza las empresas y luego decide si se cumple una serie de requisitos previamente definidos	Si , aunque solo constituye el 17% de la ponderación del índice	Si , constituye el 66% de la ponderación del índice	Si , aunque solo constituye el 17% de la ponderación del índice

Oekdom research	Aprox. 1000 (Oekdom-Research, 2014)	Aprox. 100 (Oekdom-Research, 2014)	Sí, La entidad analiza las empresas y luego decide si se cumple una serie de requisitos previamente definidos	Si , se pondera en un 50%	Si , se pondera en un 50%	No: Ninguna medida específica evalúa este criterio
MSCI KLD 400 Social Index	Aprox. 1000 (MSCI Global SRI, 2014)	400 (MSCI Global SRI, 2014)	Sí, La entidad analiza las empresas y luego decide si se cumple una serie de requisitos previamente definidos	Si , se pondera en un 33%	Si , se pondera en un 33%	Si , se pondera en un 33%

4.1 Cambios observados en los criterios de medición de la ética empresarial para cada índice:

En esta parte del trabajo se especificarán y evaluarán los cambios aplicados a los criterios de la medición de la ética empresarial por los diez índices seleccionados. Al realizar este análisis se tendrá como objetivo determinar si la evolución de dichos criterios responde a los obstáculos y limitaciones a los obstáculos y limitaciones que fueron expuestos en el marco teórico de esta investigación.

1. **FTSE4Good:** Desde su introducción en el año 2001 este índice ha desarrollado un gran incremento en el número de criterios utilizados para evaluar la ética empresarial de las empresas. Estos nuevos criterios han sido desarrollados gracias a la colaboración entre la “unidad de inversiones responsables” de FTSE y las empresas que estas siendo asesoradas. Este método de desarrollo de los criterios ha sido particularmente apoyado al estar en los mejores intereses de las empresas que actúan de forma ética; dado que unos criterios más exigentes de inclusión aumentan la reputación y credibilidad de la lista. Por otra parte, en el año 2011 se introdujo el “FTSE4Good ESG Ratings” cuya función es medir de forma cuantitativa los riesgos sociales, medioambientales y de conductas corporativas (Environmental, Social, Governanance). Con el objetivo de aumentar de aumentar la conciencia global de este tipo de riesgos dentro de la comunidad global. (Makepeace, 2013) Por último cabe mencionar un mayor grado de cooperación entre el FTSE4Good y

la Naciones Unidas; un ejemplo de esto fue la cooperación ente FTSE4Good y Unicef que permitió en el año 2010 la creación de unos estándares globales que miden el impacto de las actividades económicas de las empresas en la mano de obra infantil. (Unicef, 2011)

2. Dow Jones Sustainability Index: Desde su creación en el año 1999 el índice ha considerablemente aumentado el número de criterios necesarios para que las empresas sean incluidas en este índice hasta alcanzar una cifra de 1256 en el año 2009. De esta forma, las empresas que desearan permanecer en el índice se han visto obligadas a demostrar el impacto de sus operaciones en cuestiones como el calentamiento global o su consunción energética. (International institute for environment and development, 2012). Una de las características fundamentales de la evolución de los criterios de medición; ha sido la adaptación de dichos criterios a los entornos donde operan las empresas que están siendo asesoradas. Además de adaptar las evaluaciones de las empresas a sus perspectivas industriales, desde el año 2009 el índice ha establecido puntos de referencia del cumplimiento de la ética empresarial para 5 zonas geográficas (Europa, América del Norte, Asia y el Pacífico, Korea y el mundo) (DowJonesSustainabilityIndices, 2014). El objetivo de estos puntos de referencia es facilitar la comparación de los rendimientos de las empresas que operan en entornos similares. De esta forma se reconoce que el esfuerzo que una empresa debe de invertir para operar de forma ética, puede depender en cierta medida de la zona geográfica donde la empresa realiza sus actividades.

3. Ethisphere Institute, The world's most ethical companies: A diferencia de tanto el Dow Jones Sustainability Index como el FTSE4Good, durante los últimos 13 años este índice ha demostrado ser más selectivo con los criterios utilizados para asesorar las empresas. Esto se debe a que la institución afirma no tener el objetivo de meramente obtener información que cubra todos los aspectos de la ética empresarial sino proporcionar una imagen simplificada de tanto las competencias como de las deficiencias de las empresas en respecto al cumplimiento de la ética empresarial. Por este motivo el número de preguntas en el cuestionario realizado a

las empresas solo ha aumentado ligeramente de 15 en el año 2005 a 19 en el año 2014 (Ethisphere, 2014). Sin embargo, la empresa sí que ha realizado un cambio notable en el asesoramiento de las empresas al comenzar a adaptar los criterios de medición de la ética empresarial a las industrias donde las empresas desempeñan sus actividades. Desafortunadamente, a pesar de los beneficios de adaptar los criterios de medición a las actividades realizadas por las empresas; no se observó ningún tipo de intención por parte del índice de resolver la posibilidad de un conflicto de intereses, causado por el empleo de información obtenida de las propias empresas que están siendo asesoradas. Este conflicto de intereses es un obstáculo fue identificado en el marco teórico como un obstáculo importante que puede dañar la credibilidad de índice; la solución más recomendada sería como mínimo adoptar otro sistema de obtención de información que complementa a los cuestionarios realizados por la empresa.

- 4. Ethical consumer:** El desarrollo de los criterios de medición de la ética empresarial de este índice ha dependido en gran parte a los usuarios de la información proporcionada por esta entidad. A diferencia de la mayoría de los índices evaluados en esta investigación la mayor parte de los usuarios de este índice no son potenciales inversores en empresas o entidades de gran calibre sino los propios consumidores de los productos producidos por las empresas que están siendo asesoradas. Por este motivo a partir del año 2003 el índice dejó de meramente evaluar el impacto total de las empresas en respecto a su comportamiento ético; sino que también comenzó a realizar informes específicos que exponían el impacto de una serie de empresas al realizar una actividad económica específica. Un ejemplo de estos informes es la publicación del grado de involucración por parte de una serie de vendedores de ropa (ej. Adidas, Walmart, Patagonia ect.) en el empleo de la mano de obra infantil durante la producción de algodón en Uzbekistán. (The Ethical Consumer, 2014) Este tipo de informes tienen la ventaja de permitir a los consumidores a seleccionar a las empresas según los problemas éticos a los que cada individuo atribuye más importancia. Por tanto, este método de asesoramiento intenta resolver el problema asociado a las diferentes percepciones sobre lo que se puede constituir como un buen comportamiento ético.

Se podría concluir que la introducción de estos informes ha sido muy exitosa ya han obtenido una gran demanda cada vez mayor desde el año 2003; y en la actualidad son más utilizados por los consumidores que las calificaciones originales que tradicionalmente han clasificado a las empresas según comportamiento ético general.

5. **Corporate critic:** Este índice evalúa la conducta ética un número particularmente elevado de empresas (más de 25.000) y esta es una de los motivos que han determinado el desarrollo de los criterios empleados a lo largo de los últimos 13 años. En primer lugar, cabe mencionar que a diferencia del resto de los índices utilizados en esta investigación Corporate Critic basa las calificaciones de las empresa en la información obtenida de la prensa cuando se critica una mala aplicación de la ética empresarial. Este método de obtener información surge a partir del año 2001 y tiene el objetivo de aumentar el número de empresas evaluadas por el índice. Desafortunadamente, este método de obtener información solo tiene en cuenta el impacto negativo que las empresas ejercen en su entorno y por tanto no se premia a las empresas que exceden las expectativas en respecto al cumplimiento de la ética empresarial. Para asegurar el empleo de información actualizada el índice las calificaciones otorgadas a las empresas son producidas a partir de publicaciones de menos de cinco años de antigüedad. Por tanto, la evaluación de las empresas solo se basa en el desempeño de la conducta empresarial durante un periodo relativamente reducido de tiempo. Por este motivo se podría críticas que este índice tiene dificultades en promover un desarrollo a largo plazo dado que es posible que una empresa obtenga una calificación relativamente positiva a pesar de un historial muy negativo. Para concluir cabe mencionar que los criterios de medición no han respondido a la necesidad de descubrir los aspectos de conducta ética de las empresas que son mencionados por la prensa. Dado que existen muchos casos en los cuales la prensa no es capaz de detectar el impacto total de las empresas en su entorno.

6. **Covalence ethical quote:** Este destaca por la consistencia de tanto su metodología como de los criterios utilizados para asesorar el cumplimiento de la ética empresarial. Desde su fundación en el año 2001 la empresa no ha realizado ningún cambio a sus 50 criterios de medición de la ética empresarial. Sin embargo, la entidad ha obtenido la información para asesorar a las empresas de una forma particularmente novedosa; ya que la entidad combina un sistema automatizado que analiza miles de artículos de noticias que han sido obtenidos del internet con el asesoramiento cualitativo de un equipo de analistas especializados en las diferentes industrias de las empresas (EthicalQuote, 2014). Uno de los principales motivos por los cuales el índice ha optado por esta estrategia es hecho de que esta metodología maximiza tanto la cantidad como la variedad de información empleada para generar los índices. Por tanto, se puede reconocer que uno de los objetivos de esta estrategia es aumentar la credibilidad del índice en comparación a sus competidores; no es rentablemente posible evaluar la misma cantidad de información sin empleo de un sistema de automatizado similar. Sin embargo, una de las desventajas de este nuevo método de obtener información es que no tiene en cuenta la credibilidad de cada una de las fuentes de información empleadas. Es importante reconocer que la credibilidad del asesoramiento de una empresa depende mucho más de la calidad de la información que de la cantidad de la información empleada al evaluar las empresas.

7. **Sustainability company ratings:** La evolución de los criterios de medición de la ética empresarial a lo largo de los últimos años refleja el hecho de que la mayoría de los clientes de esta entidad son inversores potenciales en las empresas que están siendo asesoradas. Desde su año de fundación en el año 1992 bajo el nombre de “Jantzi Research”. Los criterios empleados para el asesoramiento de las empresas ha aumentado considerablemente (especialmente tras de la fusión de Dutch Sustainability Research con el grupo AIS en el año 2008) hasta alcanzar el número de máximo de hasta 8000 variables para evaluar el impacto de las empresas en sus entornos. Aunque es poco probable que la entidad utilice un número tan elevado de criterios para asesoramiento; este aumento en el contenido de los asesoramientos es una señal de que el índice ha tenido la capacidad de detectar nuevos obstáculos y

limitaciones a la medición de la ética empresarial. Por otra parte, la empresa ha colaborado con organizaciones de investigación y múltiples proveedores de índices (ej. Stox Limited, Sustaininvest, Ceres y Tellus Institute) con el objetivo de establecer unos criterios uniformes de evaluación de la ética empresarial. Esta colaboración es uno de los principales motivos responsables del alto crecimiento en el número de criterios empleados para asesorar a las empresas ya que ha permitido la detección de problemas y debilidades en los informes previamente compuestos.

- 8. Vigeo ratings:** La evolución de los criterios de medición de la ética empresarial utilizados por este índice, responde al problema del posible conflicto de intereses durante el asesoramiento de las empresas, mediante la obtención de la información relevante por el propio índice. Desde el año 2005 la institución ha clasificado a las empresas según su riesgo existente de que la empresa tenga un impacto negativo en su entorno en términos sociales, económicos y medioambientales. Este planteamiento es único dentro de los índices seleccionados en el estudio ya que no asesora la ética empresarial de forma directa; es decir, según el impacto que la empresa ha tenido en su entorno. Sino que intenta determinar el impacto que una empresa tendrá en el futuro según los riesgos que se están tomando en la actualidad. Esta parece ser una forma mucho más efectiva de informar a los inversores potenciales cuyo objetivo es saber que empresas son sostenibles en vez de averiguar cuáles empresas tienen una mala reputación. Esta forma de asesorar a las empresas refleja la filosofía del índice; ya que se explica que realizar declaraciones de tener buenas intenciones en respecto a la ética empresarial no es suficiente para que una empresa obtenga una buena calificación (Vigeo, 2014). Por este motivo el índice no emplea los códigos de conducta de las empresas como una fuente de información para asesorar a las empresas. Desafortunadamente, a pesar de las ventajas de este método de asesoramiento es importante reconocer que es extremadamente difícil predecir con exactitud el riesgo de que una empresa actúe de forma inmoral y por tanto este índice sigue teniendo serias limitaciones.

9. Oekdom research: El principal cambio en los métodos de evaluación del comportamiento ético de las empresas, ha sido el aumento de adaptabilidad de los criterios medición a las industrias a las cuales las empresas pertenecen. El índice justifica esta decisión explicando que cada industria tiene que afrontar una serie particular de problemas y obstáculos; lo cual justifica el empleo de criterios de medición diferentes para cada empresa. Gracias a esta filosofía desde el año 2011 un tercio de los criterios utilizados durante el asesoramiento de la ética empresarial están adaptados a las industrias correspondientes de las empresas (Oekdom-Research, 2014). Es importante reconocer que esta adaptación de los criterios solo es posible gracias a la alta experiencia de este índice que fue inaugurado en el año 1993; ya que este tiempo ha sido necesario para poder identificar los específicos problemas de cada industria. Por otra parte, también cabe mencionar el importante aumento en el número de criterios empleados para evaluar las empresas desde la fundación de este índice. Durante el año 2013 el índice utilizó más de 1000 criterios para asesorar a las empresas. Esto demuestra que existe una presión importante en los índices en aumentar la credibilidad de sus calificaciones.

10. MSCI KLD 400 Social Index: La evolución de los criterios de medición de la ética empresarial utilizados por este índice; responde al hecho de que desde la fecha de su fundación, el índice no asesora a ninguna empresa involucrada en la producción de cualquiera de los siguientes productos: alcohol, tabaco, entretenimiento adulto, armamento militar y la producción de organismos genéticamente modificados (MSCI, 2014). Sin embargo, este ha sido solo el primer paso tomado para aumentar la credibilidad del índice, ya que desde el año 2002 tampoco se realiza un asesoramiento completo de aquellas empresas que no hayan obtenido una calificación de IVA superior al BB. (Morgan Stanley Capital International, 2014) (La calificación IVA es producida por el propio índice y asesora los riesgos y oportunidades derivados de factores sociales, medioambientales y económicos que afectan a la empresa en cuestión). Además de esto, de la misma forma que en muchos de los índices en este estudio; se ha tomado la decisión de aumentar el número de criterios empleados para realizar el asesoramiento de las empresas; hasta alcanzar una cifra superior a los 1000 criterios

en el año 2014. Por tanto, se puede concluir que durante este periodo de estudio el índice ha intentado aumentar su credibilidad mediante la imposición de unas mayores exigencias a las empresas si estas desean obtener una calificación positiva de su ética empresarial.

4.2 Conclusiones obtenidas de estos cambios de los cambios observados en los criterios de medición de la ética empresarial:

Tras evaluar a los 10 índices elegidos en este estudio se puede concluir que el principal cambio de en los criterios de medición de la ética empresarial; ha sido un considerable aumento en tanto el número de fuentes de información y el número de métodos utilizados para asesorar a las empresas. Por tanto, parece ser que la evolución de los criterios de medición ha respondido a los problemas y limitaciones de la medición de la ética empresarial que fueron identificados durante el marco teórico. También se puede apreciar que varios índices han optado por adaptar al menos una proporción de sus criterios de evaluación a las industrias donde las empresas realizan sus actividades económicas. Esta estrategia es particularmente común en los índices que tienen mayor periodo de antigüedad y evalúan un número superior de empresas. Esto probablemente se debe a que este tipo de asesoramiento probablemente requiere una mayor cantidad de recursos además de una experiencia del sector más avanzada.

5.0 Conclusiones del trabajo:

Antes de comenzar la conclusión, es importante recordar que este trabajo tenía como analizar la evolución de los criterios de medición de la ética empresarial en la Unión Europea entre los años 2000 y 2013. El análisis realizado de los 10 índices de medición de la ética empresarial, nos permite contestar a la hipótesis de partida que fue establecida al final del marco teórico: Los criterios de evaluación de la ética empresarial, han evolucionado de manera positiva en caso de que estos respondan a las dificultades existentes en la medición de la ética empresarial. A continuación se explicará en detalle las razones por las cuales se estima que los criterios de evaluación de la ética empresarial han evolucionado de forma positiva; para luego especificar la utilidad tanto a nivel corporativo como a nivel académico de este trabajo.

Tras evaluar los resultados de la investigación, se puede concluir que los cambios observados en los criterios de medición empleados por los índices parecen ser similares, a la mayoría de los métodos de afrontamiento a los problemas de medición de la ética empresarial que fueron expuestos durante el marco teórico. Esto implica que los índices seleccionados en este estudio han sabido reaccionar al menos a los problemas y limitaciones de la medición de la ética empresarial que fueron identificados durante el marco teórico. En primer lugar, se puede concluir que el aumento general en el número de criterios empleados para evaluar a las empresas; dará la oportunidad de una mejor aplicación del modelo de las virtudes corporativas de Muel Kaptein. Es importante recordar la dificultad de medir con exactitud cada una de estas virtudes; por tanto el empleo de un número relativamente alto de criterios de medición implica que existe una verdadera voluntad por parte de los índices realizar asesoramientos más detallados.

Por otra parte, en esta investigación también se ha registrado un considerable aumento en tanto el número de fuentes de información empleados por los índices para asesorar a las empresas. La aplicación de esta estrategia no solo implica una reducción de los obstáculos de la medición de la ética empresarial derivados de un conflicto de intereses; sino que también es probable que se registre un aumento en la credibilidad del estudio ya que demuestra que se está realizando un asesoramiento neutral. Por otra parte, también cabe considerar que este incremento en la variedad de información empleada; probablemente implicará que se esté obteniendo más información acerca de la empresa.

Esta es una señal adicional de que la empresa verdaderamente tiene está intentando aumentar la calidad de los asesoramientos las empresas. Finalmente, es importante reconocer que es poco probable que sea posible aumentar el número de criterios de medición empleados para asesorar a las empresas si la cantidad y la variedad de las fuentes de información no cambian. La última indicación que demuestra una mejora de los criterios empleados para asesorar a las empresas es número creciente de casos en los que los que los índices adaptan los criterios de medición a las actividades económicas desempeñadas por las empresas. Esta estrategia requiere una mayor aportación de recursos y de experiencia por parte de la entidad que está asesorando a las empresas. Sin embargo, esta inversión queda justificada si se consigue realizar un asesoramiento más relevante de las empresas en cuestión; esto se debe al hecho de que cada industria tiene unas características y por tanto sus propios problemas éticos.

A pesar, de que la evolución de los criterios de medición de los índices observados responde a prácticamente todos los obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial que afectan a los índices; es importante reconocer que no se han detectado ningún tipo de solución a los obstáculos y limitaciones de la medición de la ética empresarial que afectan a las empresas. La solución propuesta en el marco teórico a estos obstáculos era un empleo de servicios legales durante el asesoramiento de las empresas. Sin embargo, desafortunadamente, durante la investigación no se identificó ningún caso en el cual este tipo de servicios fue proveído; lo cual no significa que las empresas hayan comenzado esta estrategia dado que este tema no fue investigado en gran detalle al no estar directamente relacionado con los criterios de medición de la ética empresarial.

Es importante reconocer que desafortunadamente; el desarrollo de esta investigación ha sido sujeto a una serie de limitaciones. En primer lugar, cabe mencionar la subjetividad de las variables elegidas para analizar estos índices que miden la ética empresarial. La selección de dichas variables se apoyó íntegramente en la investigación realizada durante el marco teórico; y por tanto de esta forma se justifica su uso. Sin embargo, la calidad del análisis del desarrollo de los criterios de medición de la ética empresarial se podría haber mejorado mediante el uso de un número superior de variables para estudiar a los índices. Es importante reconocer que no existe ninguna forma precisa de

determinar si todos los aspectos relevantes a la investigación han sido evaluados. En este caso, el tiempo y recursos fueron los factores responsables de esta limitación; dado que no se disponía de suficientes fuentes de información para poder realizar un análisis de las variables adicionales.

También cabe mencionar, que la escasez de recursos financieros significó que no fue posible acceder a las mismas calificaciones producidas por los índices que fueron asesorados durante la investigación. El acceso a esta información sería un coste demasiado elevado para esta investigación y por tanto; no fue posible determinar si realmente existían diferencias considerables en las calificaciones de ética empresarial que las empresas recibían de los diferentes índices. Esto implica que esta sería un área que potencialmente se podría profundizar mediante nuevos estudios en esta área. Por último cabe resaltar la posibilidad de utilizar un número superior de índices para poder evaluar la evolución de los criterios de medición con más detalle. Este aumento en el número de índices evaluados posible podría permitir si existe algún caso en el cual se observa un empeoramiento de la evolución de los criterios de medición de la ética empresarial. En este caso el número de índices evaluados en esta investigación ha sido limitado por la falta de índices que reuniesen la serie de condiciones que fue detallada durante la metodología de la investigación.

Sin embargo, a pesar de las limitaciones de esta investigación; se estima que este trabajo puede aportar información de gran valor a tanto instituciones académicas, como a las posibles empresas que consideren implementar un sistema de evaluación de la ética empresarial en el futuro. La selección de los criterios de medición tiene un gran impacto sobre las empresas; dado que en los últimos años se ha podido observar un importante incremento en la importancia que tanto los consumidores como los inversores otorgan al comportamiento ético de las empresas. Esta importancia agregada al comportamiento ético es de tal magnitud que la mayor parte de las empresas se ven forzadas a como mínimo exhibir y aparentar tener un código ético medianamente aceptable por la sociedad. Las entidades que miden este comportamiento ético son por tanto una herramienta para distinguir entre la creación de un código ético y el seguimiento de un código ético. Es importante reconocer que, inevitablemente, está en los mejores intereses de toda empresa la maximización de los beneficios obtenidos a causa de una

mejora en la opinión pública acerca de la empresa; mientras que al mismo tiempo minimizar los recursos necesarios para mejorar el seguimiento de una ética empresarial. Las entidades que asesoran la ética empresarial tienen por tanto la responsabilidad de distinguir entre las empresas que minimizan los recursos empleados para esta labor; y las empresas que verdaderamente demuestran estar involucradas en una búsqueda constante para encontrar nuevas formas de mejorar su comportamiento ético. El éxito de este asesoramiento depende en principalmente de los criterios empleados en este asesoramiento. Por este motivo, se puede argumentar es crucialmente importante que la evolución de los criterios de evaluación sea exitosa; especialmente a lo largo de un periodo de tiempo similar al que ha sido evaluado en esta investigación; ya que de ello depende la reputación de las empresas que han sido asesoradas, además de las decisiones tomadas por un número incontable de individuos inversores y entidades.

6.0 Bibliografía:

AG, O. r., 2014. *corporate rating - oekom research AG*. [En línea]

Disponible en: http://www.oekom-research.com/index_en.php?content=corporate-rating

[Último acceso: 21 03 2014].

AILON, G., 2008. MIRROR, MIRROR ON THE WALL: CULTURE'S CONSEQUENCES IN A VALUE TEST OF ITS OWN DESIGN. *Academy of Management Review*, 33(4), pp. 886-904.

Anon., 2012. *Shaping sustainable markets*. [En línea]

Disponible en: <http://shapingsustainablemarkets.iied.org/ftse-4-good-index-series>

[Último acceso: 27 05 2014].

Centre, T. H., 2014. *geert-hofstede*. [En línea]

Disponible en: <http://geert-hofstede.com/dimensions.html>

[Último acceso: 11 05 2014].

Consumer, E., 2014. *Ethical Consumer: the alternative consumer organisation*. [En línea]

Disponible en: <http://www.ethicalconsumer.org/>

[Último acceso: 21 03 2014].

Consumer, T. E., 2014. *ethicalconsumer*. [En línea]

Disponible en: <http://www.ethicalconsumer.org/aboutus.aspx>

[Último acceso: 27 05 2014].

Corporatecritic, 2014. *Corporatecritic*. [En línea]

Disponible en: www.corporatecritic.org

[Último acceso: 20 03 2014].

criteria, F. i. S. i., 2014. *ftse*. [En línea]

Disponible en:

http://www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series/Downloads/FTSE4Good_Inclusion_Criteria.pdf

[Último acceso: 27 05 2014].

De George, R. T., 1987. The status of business ethics: Past and Future. *Journal of Business Ethics*, Issue 6, pp. 201-211.

Denning, S., 2011. *Forbes*. [En línea]

Disponible en: <http://www.forbes.com/sites/stevedenning/2011/11/28/maximizing-shareholder-value-the-dumbest-idea-in-the-world/>

[Último acceso: 25 03 2014].

DowJonesSustainabilityIndices, 2014. *www.sustainability-indices.com*. [En línea]

Disponible en: <http://www.sustainability-indices.com/index-family-overview/djsi-family-overview/index.jsp>

[Último acceso: 01 06 2014].

EthicalQuote, C., 2014. *Covalence EthicalQuote*. [En línea]

Disponible en: <https://www.ethicalquote.com/>

[Último acceso: 20 03 2014].

Ethisphere, 2014. *www.ethisphere.com*. [En línea]

Disponible en: <http://ethisphere.com/worlds-most-ethical/scoring-methodology/>

[Último acceso: 01 06 2014].

Ferrel, O. C. & Gresham, L., 1985. A Contingency Framework for Understanding Ethical Decision Making in Marketing. *Journal of Marketing*, 1(49), p. 87—96.

FTSE4Good, 2014. *FTSE4Good Index Series - FTSE*. [En línea]

Disponible en: www.ftse.com/Indices/FTSE4Good_Index_Series

[Último acceso: 20 03 2014].

Godfrey, P. C. a. N. W. H., 2007. Researching Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 1(70), pp. 87-98.

Hays, J. B. & Ariail, D. L., 2013. Enron Should Not Have Been a Surprise and the Next Major Fraud Should Not Be Either.. *Journal of Accounting and Finance*, 13(3), pp. 134-145.

Index, D. J. S., 2014. *sustainability-indices*. [En línea]

Disponible en: <http://www.sustainability-indices.com>

[Último acceso: 20 03 2014].

Institute, T. E., 2014. *ethisphere.com*. [En línea]

Disponible en: <http://m1.ethisphere.com/worlds-most-ethical/2014/survey.pdf>

[Último acceso: 27 05 2014].

International institute for environment and development, 2012. *Shaping Sustainable Markets.org*. [En línea]

Disponible en: <http://shapingsustainablemarkets.iied.org/dow-jones-sustainability-indices>

[Último acceso: 01 06 2014].

International Institute for Environment and Development, 2012. *Shaping sustainable markets*. [En línea]

Disponible en: <http://shapingsustainablemarkets.iied.org/ftse-4-good-index-series>

[Último acceso: 27 05 2014].

Institute, E., 2014. *Ethisphere.com*. [En línea]

Disponible en: <http://www.ethisphere.com/worlds-most-ethical/wme-honorees/>

[Último acceso: 20 03 2014].

Korhonen, J., 2003. Should we measure corporate social responsibility?. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 10(1), pp. 25-39.

Lund, D. J., Scheer, L. K. & Kozlenkova, I. V., 2013. Culture's Impact on the Importance of Fairness in Interorganizational Relationships. *Journal of International Marketing*, 21(4), pp. 21-43.

Lydenberg, S. A. T. M. a. S. S., 1986. *Rating America's Corporate Conscienc*. 1 ed. Addison Westley (MA): Lydenberg, S., A. T. Marlin and S. Strub.

Makepeace, M., 2013. FTSE4Good Index Series: measuring environmental and social standards. *The Guardian*, 4 Julio.

Minescu, A.-M., 2010. Rating Agencies – General Issues and Potential Solutions. *Petroleum - Gas University of Ploiesti Bulletin, Economic Sciences Series*, 64(2), pp. 110-115.

Morgan Stanley Capital International, 2014. *www.msci.com*. [En línea]
Disponible en: http://www.msci.com/resources/factsheets/MSCI_ESG_Impact_Monitor.pdf
[Último acceso: 01 06 2014].

Moulettes, A., 2007. The absence of women's voices in Hofstede's Cultural Consequences: A postcolonial reading. *Women In Management Review*, 22(6), pp. 443-455.

MSCI Global SRI, 2014. *MSCI*. [En línea]
Disponible en: <http://www.msci.com/products/indexes/esg/sri/>
[Último acceso: 01 06 2014].

MSCI, M. S. I. - S. -, 2014. *MSCI SRI Indices - SRI - MSCI*. [En línea]
Disponible en: <http://www.msci.com/products/indices/esg/sri/>
[Último acceso: 22 03 2014].

Oekdom-Research, 2014. *Oekdom-Research, corporate rating*. [En línea]
Disponible en: http://www.oekom-research.com/index_en.php?content=corporate-rating
[Último acceso: 01 06 2014].

Parisi, C. & Hockerts, K. N., 2008. Managerial mindsets and performance measurement systems of CSR related intangibles.. *Measuring Business Excellence.*, 12(2), pp. 51-67.

Portes, J., 2012. The coalition's confidence trick. *New Statesmen*, 17 February, p. 25.

Smith, J., 2012. *Forbes*. [En línea]
Disponible en: <http://www.forbes.com/sites/jacquelynsmith/2012/03/15/the-worlds-most-ethical-companies/>
[Último acceso: 17 05 2014].

Stovall, O. S., Neill, D. J. & Reid, B., 2006. Institutional Impediments to Voluntary Ethics Measurement Systems. *Journal of Business Ethics.*, 66(2/3), pp. 169-175.

SuastainAbility, 2012. *Rating the Raters*, s.l.: s.n.

SuntainAbility, 2012. *Rate the Raters*, s.l.: s.n.

Sustainalytics, 2014. *Sustainalytics*. [En línea]

Disponible en: <http://www.sustainalytics.com/>

[Último acceso: 22 03 2014].

The Ethical Consumer, 2014. *www.ethicalconsumer.org*. [En línea]

Disponible en:

<http://www.ethicalconsumer.org/ethicalreports/fashionindustry/forcedlabourinuzbekistan.aspx>

[Último acceso: 01 06 2014].

Timperley, S., 2008. *Corporate Social Responsibility Indexes: Measure for Measure*, Hamilton: The University of Waikato.

Turker, D., 2008. Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. *Journal of Business Ethics*, Volumen 85, p. 411–427.

Unicef, 2011. <http://www.unicef.org/>. [En línea]

Disponible en: http://www.unicef.org/corporate_partners/index_58777.html

[Último acceso: 01 06 2014].

Vigeo rating, 2013. *Vigeo Activity Report 2013*, Paris: Vigeo.

Vigeo rating, 2014. *Vigeo*. [En línea]

Disponible en: <http://www.vigeo.com/csr-rating-agency/en/methodologie>

[Último acceso: 01 06 2014].

Vigeo, 2014. *Vigeo*. [En línea]

Disponible en: <http://www.vigeo.com/csr-rating-agency/>

[Último acceso: 20 03 2014].

Vitell, S. J., Nwachukwu, S. L. & Barnes, J. H., 1993. The Effects of Culture on Ethical Decision-Making: An Application of Hofstede's Typology. *Journal of Business Ethics*, 12(10), pp. 753-760.

Waddock, S. A. a. S. B. G., 1997. The corporate Social Performance- Financial Link. *Strategic Management Journal*, IV(18), pp. 303-319.

Waddock, S. A. y. S. B. G., 1994. Industry performance and investment in R&D and capital goods. *Journal of High Technology Management Research*, 5(1), pp. 1-17.

Werhane, P. H. & R., F. E., 1997. *Encyclopedic dictionary of business ethics*. Cambridge MA: Blackwell.

7.0 Anexos:

7.1 Las cinco dimensiones de Gerard Hendrik Hofstede: (Centre, 2014)

Dimensión:	Descripción:
Distancia del Poder	Se define como el grado en el cual los miembros menos poderosos de una sociedad aceptan la existencia de diferencias en los niveles de poder. Tradicionalmente, los países con elevada distancia en el poder tienden a tener una tendencia a ser más violentos. En las sociedades con un puntaje de distancia de poder bajo (ej. naciones escandinavas) se refleja el valor de una distribución de la riqueza equitativa.
Individualismo vs. Colectivismo	Se puede definir como el grado en el que la gente espera valerse por sí misma o, alternativamente, realizar actividades como miembro de un grupo.
Masculinidad vs. Femenidad	El lado masculino de esta dimensión representa la preferencia en la sociedad por los logros y la recompensa material por el éxito lo cual genera una sociedad más competitiva. Por otra parte, el lado femenino, implica una preferencia por la cooperación, la preocupación por los débiles y la calidad de vida lo cual genera una sociedad más orientada a llegar a consensos.
Evasión de la Incertidumbre	Refleja el grado al que una sociedad acepta la incertidumbre y los riesgos; las culturas con un puntaje mayor son menos propensas a tomar riesgos.
Orientación a Largo Plazo vs. Orientación a Corto Plazo	Se define como la importancia que una cultura otorga a la planeación a largo plazo en vez de las preocupaciones inmediatas

7.2 El modelo de las virtudes corporativas “Corporate Ethical Virtues Model” de Muel Kaptein (M.Kaptein 1998):

1. **Virtud de la claridad:** M. Kaptein explica que según “Donaldson and Dunfee (1999)” Las intuiciones personales de los trabajadores no son siempre suficientes para distinguir las decisiones éticas de las no éticas en el ámbito corporativo. Por tanto, existe un mayor riesgo de conducta no ética si no existe un marco que claramente defina que actitudes y decisiones no son éticas en esta industria. Esta inexistencia de un marco claro también implica la posibilidad de que los empleados se mantengan deliberadamente desinformados y utilicen la ignorancia sobre qué criterios éticos se deben seguir para tener en el futuro una excusa que justifique sus acciones inmorales.

2. Virtud del ejemplo:

La percepción de la importancia de un marco ético en una entidad dependerá en gran parte de su aplicación por parte de los directivos y administradores de esta organización. El estudio de M. Kaptein (1998) encontró múltiples ejemplos de actitud no ética por parte de los trabajadores de una empresa que fue incentivada por el ejemplo propuesto de dichos directivos y administradores al no respetar las reglas expuestas en los marcos éticos.

3. Virtud de la viabilidad:

Según Treviño (1986) aquellos empleados sujetos a una presión mayor de tiempo tendrán una menor propensión a prestar atención a las expectativas de los intereses del resto de las personas que los empleados que tienen un mayor periodo de tiempo bajo su disposición. Por tanto es más probable que dichos empleados sigan los criterios éticos si sus responsabilidades son realizables bajo las condiciones del mundo real.

4. Virtud del apoyo:

Aquellos empleados que no perciben un apoyo por parte de la empresa o que sus opiniones están siendo ignoradas tienen una mayor propensión de realizar actuaciones no éticas. Según Kaptein; en algunos casos estos empleados pueden incluso intentar “reestablecer la balanza de la justicia” mediante decisiones que deliberadamente hagan daño a la empresa.

5. Virtud de la transparencia:

Evidentemente, los empleados de una empresa solo pueden ser acusados por sus acciones no éticas si estos ni siquiera han tenido la posibilidad de saber las consecuencias de sus acciones. Un aumento en la transparencia en el entorno corporativo tiene el doble beneficio de no solo aumentar la probabilidad de exponer la actividad no ética sino también actuar como una herramienta disuasoria ya que los empleados perciben que existe una de la mayor probabilidad de ser imputado por conductas no éticas.

6. Virtud de la habilidad de discutir:

Es necesario que los empleados de una empresa tengan una gran facilidad de exponer decisiones no éticas de la empresa. Kaptein explica que según Bird and Waters (1989) las empresas que no fomentan la discusión y el intercambio de las experiencias de sus trabajadores pierden la oportunidad de aprender de sus errores y dilemas. El fomento de estas discusiones también mejora la claridad de las expectativas morales que se tienen de los trabajadores en respecto a los dilemas morales y el comportamiento ético. Finalmente, el fomento de la discusión también reducirá el miedo que los trabajadores tengan a la hora de comunicar comportamiento no ético de sus superiores.

7. Virtud de la habilidad de sancionar :

Las sanciones son un estímulo al comportamiento ético de los empleados; si su comportamiento es racional, no procederán comportarse de forma no ética en el caso de que ellos perciban que existe una alta probabilidad de que su comportamiento sea descubierto y que la sanción de este comportamiento es superior al beneficio que pueden obtener a cambio.