

ÉTICA EMPRESARIAL, RSE Y SOSTENIBILIDAD: CONEXIÓN CONCEPTUAL

Anna Bajo Sanjuán
Cátedra de Ética Económica y Empresarial
Universidad Pontificia Comillas

1. INTRODUCCIÓN

RSE, Sostenibilidad y Ética Empresarial pueden parecer conceptos sinónimos o de gran proximidad. En los últimos años, algunas empresas están realizando un cambio en sus organigramas, sustituyendo los departamentos de RSE por nuevas áreas de Sostenibilidad (Andreu y Fernández, 2011). Se aprecia también cierto vaivén en la denominación elegida para los Informes y Memorias donde la empresa rinde cuentas de su actuación anual relacionada con la RSE y la Sostenibilidad, sin que el cambio de enfoque y estructura del reporte sea significativo (Bajo, 2015).

En todo caso, resulta incuestionable que estos tres conceptos han venido ganando peso en las agendas de los empresarios y directivos a lo largo de la última década. Aunque los tres tienen en común una concepción no sólo de empresa, sino global del mundo donde ésta actúa, cada uno cuenta con unas características distintivas que les diferencian, realizando una aportación específica y valiosa a la gestión empresarial. El presente artículo presenta una propuesta para entender la relación entre la *Ética Empresarial*, la *Responsabilidad Social de las Empresas* y la tan manida *Sostenibilidad*. Una propuesta que sólo cobra sentido en el marco del entorno donde las tres, juntas, encuentran espacio para su desarrollo.

2. LA RSE Y LA SOSTENIBILIDAD, DE ACTUALIDAD

Hace un par de décadas resultaba incómodo siquiera mencionar la palabra «ética» en el discurso empresarial. Rara vez un directivo

hacía referencia a este tipo de cuestiones, cualquiera que fuera el ámbito de debate o de toma de decisiones. Sin embargo, el estallido de sonados escándalos —desde Enron a Bankia pasando por Parmalat, Tyco, Chiquita, Madoff y tantos otros— ha vuelto a poner en la palestra el cuestionamiento básico de qué es y para qué sirve una empresa. Con el inicio del siglo el apoyo de los gobiernos e instituciones supranacionales se disparó, teniendo como pistoletazo de salida la publicación del Libro Verde; luego siguieron un buen puñado de normativas tanto europeas como nacionales que han servido para marcar el territorio desde donde desarrollar políticas y actuaciones empresariales de impacto social, cultural y ambiental, además del económico.

Pero en los últimos años la urgencia de escapar lo más rápidamente posible del tsunami de la crisis ha relegado el interés político por la RSE a posiciones menos urgentes, frenando el ritmo al que se aprueban directrices y normas para su estímulo (Observatorio de RSE, 2014). Este menor apoyo gubernamental no ha minado, sin embargo, el interés de las propias empresas por la ética, la RSE y, especialmente, por la sostenibilidad, en la medida que, poco a poco, se van entendiendo mejor a nivel conceptual y se aprecia la oportunidad que representan para la competitividad del negocio, incluso donde otros ven un problema social (Argandoña, 2008; Drucker, 1984).

Si echamos un vistazo a diversos estudios e informes que analizan el estado del arte de estas temáticas en nuestro entorno más cercano, vemos que España es a día de hoy el país del mundo donde más empresas se han adherido al Pacto Mundial: 1.145 de un total de 1.648 organizaciones en nuestro país, y de un total de 13.148 firmantes globales (Global Compact, 2015). Existen, sin embargo, diferencias considerables entre las PYME y las grandes empresas, ya que en estas últimas encontramos con frecuencia personal específicamente encargado de la gestión de la RSE, la Ética y/o la Sostenibilidad (Forética, 2011). Estos profesionales declaran que después de Recursos Humanos, el área donde mayor influencia tienen son los Servicios Corporativos y la Dirección General (DIRSE, 2014), siendo ello signo de la importancia que van ganando en la toma de decisiones dentro de la organización.

El análisis a nivel mundial arroja resultados similares. Los datos de un informe de McKinsey y Company (2014), obtenidos mediante una encuesta a más de tres mil directivos, señalaba que para el 36% de los consejeros delegados, la sostenibilidad era uno de los tres temas más importantes de su agenda y para un 13% esta preocupación ocupaba el primer puesto —diez puntos por encima de la respuesta dada tan sólo tres años antes en otro informe de la misma compañía—.

Centrándonos en las empresas del IBEX35 se observa que vienen mostrando un interés creciente por la sostenibilidad, aumentando el número de referencias a este concepto en sus memorias e informes de sostenibilidad. Estos reportes, por cierto, también se han extendido entre más empresas del señalado índice, donde actualmente el 100% de las compañías ha publicado para 2014 un informe o memoria de sostenibilidad frente a las 23 que lo hacían en 2005 (Bajo, 2015). Sin embargo, algunos de estos reportes hacen notar un estancamiento en la calidad de la información sobre RSE, circunstancia que parece no haber cambiado mucho desde 2012, dejando un amplio margen para la mejora (DEVA, 2014; Observatorio de RSE, 2014).

Para complementar los datos sobre la importancia que ganan estos temas echaremos también un somero vistazo a la oferta formativa de las universidades y escuelas de negocios, en cuyo diseño se tienen muy en cuenta las demandas del mercado. En el campo educativo se aprecia también un aumento relevante de asignaturas destinadas a preparar a los futuros directivos para una mejor gestión de la actuación ética y responsable en la empresa (Bajo y Fernández, 2009). O, al menos, para que tomen conciencia de la importancia que la cuestión tiene tanto para la propia empresa como para el conjunto de la sociedad. Pero sin ser muy exhaustivos en el análisis del contenido y evolución de los syllabus de estas materias, rápidamente se puede observar que no existen diferencias sustanciales entre los programas de las asignaturas con una u otra denominación.

La confusión, por tanto, es notable, tanto en las empresas como en las instituciones académicas. Y eso a pesar de que la literatura se ha esforzado en arrojar cierta luz al respecto, con, según podemos observar, no mucho éxito. Ciertamente ninguno de los tres conceptos es fácilmente definible dada su amplitud y su profundidad, así como la diversidad de enfoques desde los que nos podemos aproximar a ellos. Trataremos a continuación de realizar una síntesis básica que, dado lo anteriormente expuesto, quedará a todas luces corta de cualquier interpretación de calado que, a conciencia, quisiera hacer el lector.

3. DE LA ÉTICA EMPRESARIAL A LA RSE

La conexión entre la Ética Empresarial y la RSE ha sido abordada de manera más o menos explícita por diversos académicos. Para comprender el enfoque con el que unos y otros se acercan al tema resulta muy útil partir de una clara separación que Bañón, Guillén y Ramos

realizan en un sintético artículo publicado en 2011. En él, literalmente, se decía lo siguiente:

«Ética y RSE son aspectos distintos e inseparables de la actividad empresarial. Mientras que la RSE supone asumir una determinada postura ante los distintos intereses en los que se ve involucrada la empresa, la ética supone hacerlo bien o mal, con o sin equidad, transparencia, veracidad, etc.» (Bañón Gomis, Guillén Parra, y Ramos López, 2011).

Puesto que la Ética en un proceso de reflexión que nos ayuda en la toma de decisiones a optar por aquella que provoque el bien para el conjunto de afectados por la decisión, se deduce que la empresa, en su conjunto, es un agente ético, que, al menos, tiene la posibilidad de elegir siempre que cuente con alternativas. La dimensión ética de la realidad empresarial se halla en todo lo que la empresa aborda (Argandoña, 2008; Camacho, Fernández, Miralles y González, 2013; Cortina, Connill, Domingo y García-Marzá, 1994), pues siempre cabe otra opción, por difícil o arriesgada que parezca tomarla. Es decir, que toda decisión tiene la opción de ser tomada desde la ética. Cosa bien distinta es que la ética realmente esté presente, pues ello ya dependerá de la elección que finalmente tome la empresa, si quiere hacer las cosas bien o no .

Pero no siempre resulta sencillo consensuar en una organización qué significa *hacer las cosas bien*. Sobre todo porque el bien no es un concepto unívoco sino que da lugar a diversas interpretaciones. Pudiera parecer que en una empresa, donde los objetivos vienen determinados para la dirección y los valores suelen explicitarse en la declaración institucional que marca la estrategia, no debieran haber grandes diferencias en su comprensión. Aún así, asumiendo que los valores fueran compartidos por los miembros, puede que éstos se prioricen de manera distinta o que la interpretación de los mismos no sea coincidente. A esta divergencia, real en muchas organizaciones, se suma otra no menos importante: los objetivos estratégicos sirven para marcar el rumbo de la empresa pero luego se determinan metas concretas para cada área organizativa que pueden generar conflictos entre las distintas secciones de la compañía.

A pesar de esta dificultad en llegar a acuerdos en torno al modo de hacer el bien en la empresa, Adela Cortina (1994) señala algunas consideraciones de cómo proceder en la reflexión ética, que pasan por determinar:

- 1º) su fin específico, su misión;
- 2º) los medios adecuados y los *valores* de la organización;

- 3º) los hábitos que han de conformar la *cultura* organizativa;
- 4º) la *organización* de los medios, recursos y procesos a un nivel interno;
- 5º) las *relaciones* con los bienes externos.

Y eso sin olvidar que en esta reflexión resulta imprescindible comprender cómo es el entorno en que la empresa está llamada a operar (Fernández, 2014) y su encaje en tal panorama —lo que podríamos identificar con la visión.

El papel de la empresa en la sociedad evoluciona incesantemente haciendo que a día de hoy no esperemos lo mismo de ella de lo que cabía esperar hace 50 o 100 años. Los cambios, en un entorno globalizado como el actual, se producen a una velocidad vertiginosa, donde la empresa que quiere ser aceptada por la sociedad, ha de buscar continuamente su sitio no sólo sabiéndose adaptar a las transformaciones que sufre su entorno —como el resto de agentes sociales—. Además, en la medida de sus posibilidades, debe hacer todo lo que esté en su mano por adelantarse a los acontecimientos. Esperar a que lleguen los cambios, dado el dinamismo con el que se suceden, hace que por muy pronto que sea el proceso de adaptación del negocio, la respuesta llegue probablemente tarde. Por consiguiente, la empresa competitiva no puede tener una actitud reactiva sino que por el contrario, ha de ser proactiva y saber anticipar los retos que se le presentan preparándose con ahínco ante la incertidumbre.

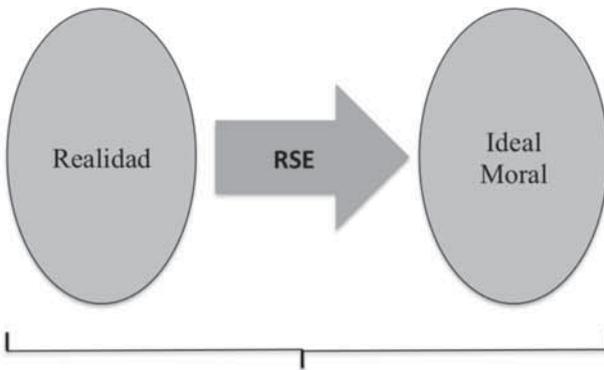
Un encaje exitoso requiere que la empresa tome conciencia de la necesidad de realizar *propuestas de valor* en este entorno cambiante (Porter y Kramer, 2011; Wheeler, Colbert y Freeman, 2003) Ello supone que ha de saber interpretar en cada momento el mejor modo de realizar una contribución positiva a la sociedad, sabiendo ordenar y gestionar los recursos que esa misma sociedad posee y que pone en sus manos con la esperanza —y la exigencia— de que le sean devueltos con un plus, habiendo añadido *valor* en el proceso de transformación. En ningún caso sería legítimo que la empresa devolviera a la sociedad los mismos recursos tal y como le fueron cedidos o, aún peor, habiendo destruido su valor.

Concluimos aquí por tanto que en una empresa la actuación ética supone el encaje más acertado que se puede hacer de la organización para tener un impacto positivo sobre la sociedad. La ética en la empresa implica un planteamiento continuado sobre cómo se deben hacer las cosas bien. Y en esa reflexión, dado que existen inevitablemente condicionantes de entorno hay que observar la realidad del

mundo en el que opera. Inevitablemente existirá siempre discrepancia entre ambas situaciones, la real y la deseada, pero una empresa que pretende ser ética pondrá todo su empeño en adaptar su *modus operandi* para reducir la distancia entre ambos extremos.

Cuando la empresa se empeña en el firme propósito de reducir esta distancia y revisa su actuación, realizando un total replanteamiento estratégico, es cuando está seriamente respondiendo a su responsabilidad ante la sociedad (o lo que es lo mismo, está aplicando su Responsabilidad Social). Así que la RSE se refiere a la gestión, a la toma de las decisiones empresariales. Es decir, la RSE aparecería como el planteamiento de una gestión que busca recorrer el trayecto que va desde lo que la empresa hace a lo que debiera hacer.

Figura 1. La posición de la RSE con respecto a la Ética



Reflexión ética

Fuente: elaboración propia.

La definiciones que podemos encontrar sobre la RSE son muchas y muy variadas pero entre ellas destacan las que ha ido formulando la Comisión Europea —por cuán referidas son en el discurso empresarial y en la literatura especializada—. Así, la última actualización de la definición promovida desde Europa señala la RSC como «la responsabilidad de las empresas por sus impactos en la sociedad» (Comisión Europea, 2011). Ésta definición tiene un carácter intencionadamente simple con el ánimo de ofrecer una interpretación abierta a las múltiples versiones sobre su aplicación que pueden llegar a existir.

Más concreta fue sin embargo la interpretación que realizó en 2005 el Foro de Expertos creado en nuestro país desde el Ministerio de Trabajo desarrollando los planteamientos iniciales del Libro Verde. Allí los miembros acordaron la siguiente redacción:

«La RSE es, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se deriven de sus acciones» (Foro de Expertos RSE, 2005).

Esta definición, mucho más detallada, nos insiste en vincular la RSE a la gestión, resaltando que su aplicación práctica se debe hallar en todos los niveles organizativos. La legitimidad de este planteamiento nace de un enfoque multistakeholder que busca responder a las expectativas de los grupos de interés.

Cabe resaltar aquí que en todas las definiciones que se puedan consultar al respecto de la RSC hay una característica a tener siempre presente, que es su voluntariedad. La ley no fuerza a las empresas a aplicar modelos de gestión que sean éticos y responsables. Pero existe un suelo moral que supone el eslabón mínimo de cumplimiento por debajo del cual no se puede considerar responsable a ninguna organización (Burton y Goldsby, 2010) y que para algunos se sitúa al menos en el respeto a la normativa vigente (Friedman, 1970; Sethi, 1975). Si bien legalmente no es obligatoria la RSE existe una obligación moral que debe forzar a toda empresa a aplicarla (Camacho et al., 2013).

Es fácil que llegados a este punto surja la pregunta de porqué la empresa debe perseguir el ideal moral. Ciertamente, no todas las empresas que aplican la RSE son empresas que se pueden considerar éticas (Argandoña, 2008; Bañón Gomis et al., 2011). Los comportamientos cuestionables ponen en duda la calidad ética de muchas organizaciones, aún teniendo dedicados departamentos enteros a la gestión de la RSE. Coincidimos aquí con aquéllos que consideran que una empresa no puede ser responsable si antes no es ética; porque la RSE no es un fin en sí mismo, es una filosofía de gestión que pretende una finalidad más importante que no es otra que la de dar respuesta al compromiso ético de la empresa frente a la sociedad.

Los motivos que pueden haber provocado ese compromiso, los justificantes para introducir la ética en la empresa, también pueden ser muy variados. Podemos encontrar cuatro aproximaciones distintas a la RSE según la empresa estuviera con ella (i) buscando el beneficio económico; (ii) respondiendo a exigencias de carácter político, normalmente marcadas por normativa; (iii) queriendo ajustarse a las expectativas de los *stakeholders*; o (iv) respondiendo a un verdadero compromiso ético (Garriga y Melé, 2004).

En los últimos años, buena parte de la argumentación utilizada para justificar la presencia de la RSE en las organizaciones tiene un sesgo utilitarista que puede responder al enfoque ganar-ganar que propone la teoría *multistakeholder*. No se puede menospreciar la gran aportación que esta teoría ha supuesto para la introducción de un nuevo paradigma de empresa preocupado por los problemas en toda la *triple bottom line* y por la búsqueda de propuestas que ayuden a resolverlos. Este planteamiento de Freeman supera el avanzado anteriormente por Peter Drucker para quien la responsabilidad social de la empresa solo resulta aceptable en caso de proporcionar un beneficio económico a la compañía. Es decir, si más allá de cuestiones filantrópicas —muy vigentes hasta esos momentos— la RSE toma presencia en el desempeño diario del negocio preocupándose por los impactos generados y siempre vinculado al beneficio (Drucker, 1984).

Pero puede darse el caso de que lo que la sociedad demande a la empresa no sea ni lo más rentable ni lo más ético; puede que los consumidores pidan, por ejemplo, lo *bueno, bonito y barato*, sin importarles qué recursos se han utilizado para su elaboración, cómo se han liquidado los desechos o cómo fueron tratadas todas aquellas personas que participaron del proceso productivo. Y quienes toman las decisiones son conscientes de que el mercado, en su mayor parte, les va a medir por los resultados —económicos, principalmente— que alcance y no por *cómo* los han conseguido (Forética, 2011). Ante esta circunstancia sólo cabe la esperanza de que la empresa —y nos referimos a ella como ente, más allá de las individualidades de quienes la componen— sea lo suficientemente madura como para decidir desde el ejercicio de la virtud. Esto implica que en el largo plazo e independientemente de las valoraciones particulares, las decisiones en la empresa se tomen no solo por sus consecuencias sino también, y sobre todo, por su fundamento ético. Esta motivación ética representa el nivel de desarrollo moral más elevado de una organización que se considere excelente en cuanto a su conducta ética y responsable, tal y como recoge la figura 2.

Figura 2. Relación entre Ética y RSE

↑ NIVELES DE ÉTICA ↓	EXCELENCIA ÉTICA	Alto nivel ético Bajo nivel de RS			Alto nivel ético Alto nivel de RS
	SENSIBILIDAD ÉTICA				
	CUMPLIMIENTO ÉTICO (LEGALISTA)	Bajo nivel ético Bajo nivel RS			Bajo nivel ético Alto nivel de RS
	AUSENCIA DE ÉTICA	Ausencia de ética Bajo nivel de RS			Ausencia de ética Alto nivel de RS
		Responsabilidad como obligación social	Responsabilidad como reacción social	Responsabilidad como sensibilidad social	Responsabilidad como actuación social
		← NIVELES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL (RS) →			

Fuente: Bañón, Guillén y Ramos (2006).

Por último en este apartado que analiza el vínculo entre ética empresarial y RSE y volviendo a las propuestas que ya hemos indicado de diversos autores, queda recordar que para que la gestión de la empresa sea ética y —haciendo gran hincapié en la conjunción— responsable, existen estímulos que pueden hacer más plausible esta unión, encontrando facilitadores (i) de contexto —influidos por los valores predominantes en la sociedad—; (ii) organizativos —donde la estructura y la estrategia de la empresa representan sin duda un importante catalizador; y también (iii), individuales —marcados de forma determinante por la educación recibida (Olcese, 2013).

4. LA SOSTENIBILIDAD COMO FIN

Señalábamos líneas más arriba que la ética es un proceso de reflexión que aplicada en la empresa nos lleva a discernir lo que está bien de lo que está mal. También resaltábamos que el concepto *bien* da lugar a ser interpretado de formas muy diversas. Y además que tanto el entorno como las demandas de los *stakeholders* hacen que el modo en la empresa hace el bien varíe, haciendo que los motivos que empujan a la empresa a ser más ética y responsable no son los mismos en todos los casos. Algunas voces defienden que la RSE nace como respuesta a una mayor exigencia social por un desarrollo más sosten-

nible que abrace generosamente la necesidad de un progreso multidisciplinar (AECA, 2004; Olcese, Rodríguez y Alfaro, 2008). Un desarrollo económico —como el que se pedía que las empresas desarrollaran ya a comienzos del siglo XX—, social —cuando tras la segunda guerra mundial las empresas ofrecieron nuevos estilos de vida y hábitos de consumo, formatos laborales, etc.— y medioambiental —como respuesta a los movimientos surgidos a partir de los años 60 y 70 en reacción a la crisis energética y que siguen aumentando la presión sobre el quehacer de las empresas.

Este desarrollo *sostenible* busca por tanto la Sostenibilidad de un planeta, de un mundo, que permita satisfacer unas condiciones de vida dignas tanto para las generaciones actuales como para las futuras, aquellas que han de heredar y, como nosotros, transmitir un legado. La sostenibilidad es un concepto multidimensional, poliédrico, complejo. La amplitud de interpretaciones que actualmente se barajan sobre la Sostenibilidad demuestran que es prácticamente imposible reducir su definición a una única formulación universal sin correr el riesgo de perdernos los múltiples matices que presenta.

El término «sostenibilidad» se ha incorporado al diccionario de la Real Academia de la Lengua en la edición nº 23, publicada en octubre de 2014. El sustantivo es ahí definido como la «cualidad de sostenible» (Real Academia Española, 2014). Así, sin más, poco nos dice; ha de ser asociado a un sujeto del que podamos referir esa cualidad. Esto multiplica la confusión en torno al término pues en el discurso sobre la sostenibilidad que se está manejando en el ámbito empresarial no siempre el sujeto referido es el mismo (Dobson, 1996). Así cuando encontramos la palabra sostenibilidad en un reporte empresarial, a veces se habla de la sostenibilidad del modelo económico, otras de la sostenibilidad del propio negocio y en no pocas ocasiones se hace referencia a la sostenibilidad medioambiental —o, lo que es lo mismo, al ritmo al que estamos utilizando los recursos naturales—. Luego, consultando de nuevo el diccionario, «sostenible» es definido como un adjetivo: «adj. Dicho de un proceso: Que puede mantenerse por sí mismo, como lo hace, p. ej., un desarrollo económico sin ayuda exterior ni merma de los recursos existentes.» (Real Academia Española, 2014). Y aquí se complica aún más el embrollo. Porque si bien para unos la sostenibilidad pone en duda la supervivencia misma del planeta en su conjunto —desde una visión ecológica—, para otros se refiere sólo a las dudas que se puedan verter sobre la vida humana —según la versión antropocéntrica de la sostenibilidad—. Incluso, y

esta es la interpretación más extendida, de lo que se está hablando es de la sostenibilidad del desarrollo que viven nuestras sociedades, cuyo cuestionamiento a partir de la última crisis, es ineludible.

No analizaremos pormenorizadamente las teorías sobre el origen de la sostenibilidad. Tan sólo dejaremos constancia aquí de que algunos lo sitúan ya en el siglo XVIII, cuando en 1713 Hans Carl von Carlowitz escribió «Sylvicultura Oeconómica: instrucciones para el cultivo» (Grober 2012). Otros avanzan un poco más en el tiempo y consideran que las teorías demográficas de Malthus, de 1798, o la paradoja de Jevons sobre el efecto rebote del consumo energético propiciado por la innovación eficiente, de 1865, sientan las bases de este concepto (Pezzey y Toman, 2002).

Algunos autores consideran que a pesar de que la denominación sostenibilidad pertenece ya a la era moderna, el ideal que encarna podía ya encontrarse en los orígenes del taoísmo, del confucionismo o en las escrituras hebreas (Bañón Gomis, Guillén Parra, Hoffman y McNulty, 2011).

Pero no es hasta la segunda mitad del siglo XX que la sostenibilidad inicia el ascenso hacia las cotas de relevancia a las que hoy se asoma en el discurso académico y empresarial. En 1972 se publica el libro «Los límites del crecimiento» (Meadows, Randers, Meadows y Behrens, 1972) realizado por encargo del Club de Roma. Aunque en este escrito no se halla de manera explícita la palabra «sostenibilidad» sí que se llama la atención sobre las características que la definen, señalando los peligros de un consumismo desorbitado. Desde entonces hasta hoy son innumerables los artículos y publicaciones que se escriben al respecto del concepto de la sostenibilidad (con más de 13 millones de resultados en Google). Hasta el punto de que en muchas ocasiones el abuso del término provoca tal confusión que es utilizada a modo de comodín, como una palabra que *vale para todo*.

Algunos autores ya advierten que al llevarla al entorno empresarial no debe ser confundida con la RSE (Bansal y DesJardine, 2015; Wheeler et al., 2003) pues son conceptos relacionados, no sinónimos; más bien cabría decir que son complementarios. Revisando las definiciones que en este artículo hemos avanzado sobre Ética Empresarial y sobre RSE, se puede comprobar que, efectivamente, la Sostenibilidad no sustituye ni a la Ética ni a la RSE.

La sostenibilidad, como en los anteriores conceptos tratados, ha sido y es objeto de innumerables definiciones. Resulta curioso que la más referenciada en la literatura empresarial y académica no defina

exactamente la «sostenibilidad» sino la capacidad que tiene nuestro desarrollo de mantenerse, de ser sostenible. Así, en el Informe Bruntland —cuyo título original es «Nuestro futuro común»—, se define el «desarrollo sostenible» de la siguiente forma:

«Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs. It contains within it two key concepts:

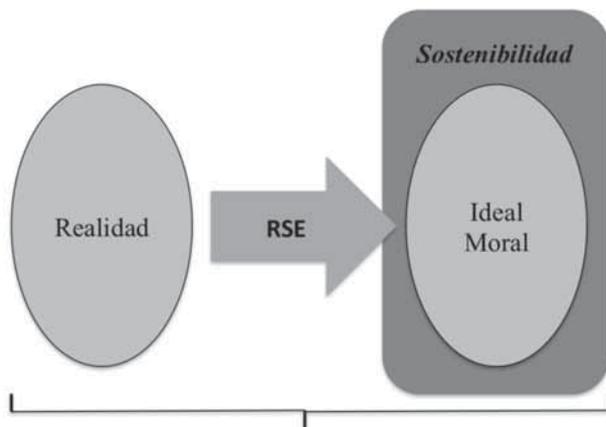
- a) the concept of ‘needs’, in particular the essential needs of the world’s poor, to which overriding priority should be given; and
- b) the idea of limitations imposed by the state of technology and social organization on the environment’s ability to meet present and future needs.» (UNWCED United Nations World Commission on Environment and Development, 1987).

Como se puede apreciar, el sujeto cuya sostenibilidad es aquí referida es el desarrollo mismo de nuestras sociedades, puesto en entredicho desde que se comenzaron a analizar los impactos en el largo plazo que tiene sobre el planeta el estilo de vida que llevamos.

Lo ideal en el mundo empresarial es que la actuación de la empresa contribuya positivamente a ese desarrollo sostenible en lugar de amenazarlo; y que esta contribución no se refiera a acciones filantrópicas al margen del negocio, sino que en su día a día el negocio permita mejorar la calidad de vida de todos aquellos a los que sus decisiones afecten. La empresa ética y responsable busca como meta este tipo de «sostenibilidad» que se extiende más allá del propio ámbito organizativo y alcanza el amplio contexto de sus impactos (Bañón Gomis et al., 2011).

Volviendo a nuestro anterior figura sobre la relación entre ética empresarial —entendido como reflexión para dilucidar entre cómo se actúa en la empresa y cómo se debiera actuar— y lo que aporta la RSE, la Sostenibilidad permite completar el esquema situándola en la meta, en ese «ideal moral» al que el desempeño empresarial debe aspirar para ajustarse a lo que una empresa significa en la sociedad actual (figura 2).

Figura 1. La conexión entre la Ética Empresarial, la RSE y la Sostenibilidad



Reflexión ética

Fuente: elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

La relación existente entre Ética Empresarial y la RSE, por un lado, y la RSE y la Sostenibilidad, por otro, han sido ya anteriormente tratadas por la literatura. Sin embargo, una integración de los tres conceptos permite arrojar cierta luz sobre la confusión existente en torno a cómo aproximarse a estos tres conceptos en el ámbito empresarial. Si la ética se entiende no como un conjunto de normas que cumplir sino como un ejercicio de reflexión profunda conducente a actuar bien, aplicada en la empresa supone la interiorización de una concepción de empresa que aporta valor a la sociedad en que opera. Para la organización significa un planteamiento integral del papel que juega en un contexto social amplio, tomando conciencia de sus impactos y asumiendo las responsabilidades que le corresponden.

Organizar toda la empresa para responder a ese compromiso con la sociedad significa revisar la definición estrategia, estableciendo ob-

jetivos, procesos y actuaciones que ayuden a alcanzar tal fin. Y esa es, precisamente, la Responsabilidad Social Empresarial: el modo en que la empresa es gestionada para proceder de manera ética.

El fin último de esta obligación moral que toma la empresa no es otro que facilitar la sostenibilidad del mundo en que vivimos, en sentido amplio, replanteándonos qué tipo de desarrollo estamos impulsando en nuestras sociedades y si éste conduce a una vida plena de todos los partícipes.

«If sustainability is an ideal toward which society and business can continually strive, the way we strive is by creating value, i.e. creating outcomes that are consistent with the ideal of sustainability along social, environmental and economic dimensions. [...] [Sustainability] nor is it concerned only with long term consequences. It is aspirational in nature, a meta-ideal, one inherently infused with societal values of justice, integrity, reverence, respect, community and mutual prosperity» (Wheeler et al., 2003).

6. BIBLIOGRAFÍA

AECA. (2004), *Marco conceptual de la RSE*. Madrid: AECA.

ANDREU, A. y FERNÁNDEZ, J. L. (2011), «De la RSC a la sostenibilidad corporativa: una evolución necesaria para la creación de valor». *Harvard Deusto Business Review*, (207), pp. 4-21.

ARGANDOÑA, A. (2008), La ética en los negocios. *Cátedra «La Caixa» De Responsabilidad Social De La Empresa Y Gobierno Corporativo, Occasional Paper OP nº 08/10*.

BAJO, A. (2015), *El discurso de la sostenibilidad en las empresas del IBEX 35*. Investigación pendiente de publicación.

BAÑÓN GOMIS, A. J., GUILLÉN PARRA, M., HOFFMAN, W. M. y McNULTY, R. E. (2011), «Rethinking the concept of sustainability». *Business and Society Review (00453609)*, 116(2), pp. 171-191.

BAÑÓN GOMIS, A., GUILLÉN PARRA, M. y RAMOS LÓPEZ, N. (2011), «La empresa ética y responsable». *Universia Business Review*, (30), pp. 32-43.

BANSAL, T. y DESJARDINE, M. (2015), «Don't confuse sustainability with CSR». *Ivey Business Journal*, , pp. 1-3.

BURTON, B. y GOLDSBY, M. (2010), «The moral floor: A philosophical examination of the connection between ethics and business». *Journal of Business Ethics*, 91(1), pp. 145-154.

CAMACHO, I., FERNÁNDEZ, J. L., MIRALLES, J. y GONZÁLEZ, R. (2013), *Ética y responsabilidad empresarial*. Bilbao: Desclée de Brouwer.

COMISIÓN EUROPEA (2011), *Una Renovada Estrategia De La Unión Europa 2011-2014 Para La RSC*.

CORTINA, A. (1994), «¿Qué es la ética?». En Cortina, *Ética de la empresa: Claves para una nueva cultura empresarial*, pp. 17-33. Madrid: Trotta.

CORTINA, A., CONILL, J., DOMINGO, A. y GARCÍA-MARZÁ, D. (1994), *Ética de la empresa: Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Trotta.

DEVA (2014), *Informe Reporta*. DEVA.

DIRSE. (2014), In FERNÁNDEZ J. L., BENAVIDES J., GARCÍA R. y SÁNCHEZ-MORA F. (Eds.), *Estudio de la función de responsabilidad social en la empresa española*.

DOBSON, A. (1996), «Environmental sustainabilities: An analysis and typology». *Environmental Politics*, 5(3), pp. 421-428.

DRUCKER, P. F. (1984), «The new meaning of corporate social responsibility». *California Management Review*, 26(2), pp. 53-63.

FORÉTICA. (2011), *Informe Forética sobre el estado de la RSE en España*.

FORO DE EXPERTOS RSE. (2005), *I, II y III sesión de trabajo: Definición y ámbito de la RSE*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

FRIEDMAN, M. (1970), «The social responsibility of business is to increase its profits». *The New York Times Magazine*, 13 septiembre.

GARRIGA, E., y MELÉ, D. (2004). «Corporate social responsibility theories: Mapping the territory». *Journal of Business Ethics*, 53(1), pp. 51-71.

GLOBAL COMPACT. (2015). Consultado el 25 de agosto, 2015, de <https://www.unglobalcompact.org>

MEADOWS, D. H., RANDERS, J., MEADOWS, D. L. y BEHRENS, W. (1972), *Los límites del crecimiento*. Barcelona: Galaxia Gutenberg Círculo de Lectores.

OBSERVATORIO DE RSE. (2014), *Cultura, políticas y prácticas de responsabilidad social de las empresas del IBEX 35*.

OLCESE, A. (2013), *Informe sobre la responsabilidad social de la empresa en España. una propuesta para Europa*

OLCESE, A., RODRÍGUEZ, M. Á y ALFARO, J. (2008), *Manual de la empresa responsable y sostenible. conceptos, ejemplos y herramientas de la responsabilidad social corporativa o de la empresa*. Madrid: McGraw-Hill.

PORTER, M. E. y KRAMER, M. R. (2011), «La creación de valor compartido: Cómo reinventar el capitalismo y liberar una oleada de innovación y crecimiento». *Harvard Business Review*, 89(1), pp. 31-49.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2014), *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.)

SETHI, S. P. (1975), «Dimensions of corporate social performance: An analytical framework». *California Management Review*, 17(3), pp. 58-64.

MCKINSEY & COMPANY (2014), *Sustainability's strategic worth: McKinsey global survey results*.

UNWCED United Nations World Commission on Environment and Development. (1987), *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.

WHEELER, D., COLBERT, B. y FREEMAN, R. E. (2003), «Focusing on value: Reconciling corporate social responsibility, sustainability and a stakeholder approach in a network world». *Journal of General Management*, 28(3), pp. 1-28.