

Tendencias en la gestión ética y la responsabilidad social empresarial

En septiembre de este año 2020 ESIC editorial ha publicado el libro "Ética, Deontología y Responsabilidad Social Empresarial", coordinado por Esther Valbuena y Abel Monfort, Doctores e investigadores de ESIC.

El propósito de este manual es aportar una reflexión sobre los problemas deontológicos y éticos que afectan a las organizaciones en el mundo actual, considerando el contexto globalizado, tecnológico e interconectado que condiciona la gestión empresarial.

Está dirigido a estudiantes, docentes e investigadores y responsables de la gestión de RSE en las compañías, identifica y profundiza en aquellos aspectos éticos, y de gestión sostenible y responsable que afectan a las empresas hoy, al tiempo, que apunta hacia nuevas tendencias en la gestión de la sostenibilidad económica, social y medioambiental, desde una perspectiva global en los diferentes capítulos del libro. Además, este manual ofrece un análisis sobre la gestión con los grupos de interés, el contenido del plan rector de sostenibilidad y la comunicación corporativa. De este modo, valores éticos y valores de sostenibilidad, se vinculan en la gestión responsable de las organizaciones, alineadas con un propósito social en la economía de los intangibles empresariales.

El prólogo está escrito por Eduardo Gómez Martín, Director General de ESIC y el libro está redactado por profesionales, docentes e investigadores. Su estructura se divide en 2 partes que se distribuyen en los siguientes 16 capítulos:

Capítulo 1, Ética, derecho y deontología profesional: delimitación de conceptos (Esther Valbuena); capítulo 2, Fundamentos de la ética empresarial: ética individual y ética organizacional (José Luis Fernández); capítulo 3, Desafíos de la ética empresarial: qué es y por qué se necesita (Alberto Murcia); capítulo 4, Dimensión económica de la ética empresarial (Raúl González); capítulo 5, Dimensión profesional de la ética empresarial (Eduardo Gismera, Jesús Labrador); capítulo 6,

empresa y medioambiente (José María Juan); capítulo 7, Liderazgo ético (Rosana Triviño); capítulo 8, La ética en la era digital (Anna Bajo); capítulo 9, Una política de la ética empresarial como fuente de valor. Efectividad de las políticas empresariales éticas (Ana Lucía Ortega); capítulo 10, Fundamentos de la responsabilidad social de la empresa (Karen M. Vilacoba, Javier Camacho); capítulo 11, Iniciativas institucionales sobre RSE (Belén López, Ana Gascón); capítulo 12, La RSE desde la economía de los

intangibles (Abel Monfort); capítulo 13, La responsabilidad social corporativa y el buen gobierno (Clara Bazán); capítulo 14, Gestión de la responsabilidad social corporativa (María José Gálvez); capítulo 15, Comunicación de la RSE (Carlota López); capítulo 16, Marketing Social Corporativo (Ana M. Gómez, Hugh Hough).

En conversación con los coordinadores del libro que, a su vez, son autores de 2 capítulos, hemos podido conocer algunos aspectos clave



para las organizaciones en la gestión de la ética y la RSE.

- **Belén:** Esther, nos gustaría conocer cuáles son los principales desafíos éticos que, desde tu punto de vista, deben afrontar hoy las empresas, habida cuenta de que la ética es un aspecto necesario y demandado en las organizaciones.

- **Esther:** La exigencia de excelencia y la implantación de nuevas tecnologías parecen estar dejando de lado la integración social de las per-

de los expertos en finanzas, contabilidad social y medioambiental.

- **Belén:** Esther, ¿cómo se puede fomentar el liderazgo ético en las organizaciones?

- **Esther:** Algunos estudios reflejan que las decisiones de los directivos dependen más de su lista de valores que de los objetivos estratégicos. Por lo que diría que lo primero que hay que hacer es seleccionar líderes éticos. Su actuación genera confianza, desarrolla la cultura y es

Este manual ofrece un análisis sobre la gestión con los grupos de interés, el contenido del plan rector de sostenibilidad y la comunicación corporativa

sonas que conforman la organización, por ello es crucial que logren que las personas alcancen su desarrollo personal, sin perder de vista su carácter humano y su conciencia ética, al sentirse parte de un proyecto común que merece la pena. Tampoco pueden ser ajenas hoy a la situación sanitaria, por lo que cuidar la salud y el bienestar de sus empleados es importantísimo. Finalmente, los retos de la Inteligencia artificial y el tratamiento de los datos que se acumulan son muy relevantes.

- **Belén:** Abel, ¿puedes explicarnos por qué la RSE se ha convertido en un intangible relevante en las organizaciones?

- **Abel:** La RSE o la gestión de la sostenibilidad ha pasado a integrarse como un verdadero modelo de gestión dentro de las empresas. Implica una forma de entender el negocio e incluye los aspectos relacionados con gobierno, medio ambiente y social. En este contexto, su correcto desempeño no solo evita riesgos, sino que aporta valor con un enfoque multistakeholder. De ahí que tradicionalmente se haya vinculado con la reputación corporativa. En los últimos años hemos observado como paulatinamente se acerca al departamento financiero desde la órbita de la comunicación. Aunque se ha avanzado en la medición del retorno de la inversión en RSE, todavía queda mucho por profundizar. No obstante, se sabe que existe un retorno y esa es la razón por la que cada vez más atrae la atención

un fuerte motivador para la consecución de los objetivos organizativos.

- **Belén:** Abel, ¿es posible conectar la gestión de RSE de las organizaciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de forma global y conjunta?

- **Abel:** Los ODS nos ponen unos deberes claros de aquí a 2030. Su verbalización es tan amplia como clara, medible y observable. Por esa razón, la gestión de la RSE puede aportar mucho a la consecución de los mismos. No obstante, no deben ceñirse a un departamento, puesto que afectan a todas las áreas de la empresa. Dada su naturaleza transversal, la RSE ayuda a potenciar y evidenciar los esfuerzos empresariales por la consecución de los ODS. Es decir, es una guía o brújula para el resto de los departamentos de la empresa.

Una forma de poner en valor e incentivar el apoyo y participación de los grupos de interés de la empresa ante esta misión es sabiendo comunicar, de una manera alineada con la estrategia y el propósito de la empresa, los esfuerzos realizados para el cumplimiento de los ODS y de la gestión de la sostenibilidad. Para comunicar eficazmente estas actividades hay que vincularlas con negocio, para que no parezca maquillaje corporativo o mera acción social.

- **Belén:** Finalmente, daros la enhorabuena por la publicación, gracias por vuestro trabajo y por

Trends in ethical management and corporate social responsibility

The book "Ethics, Deontology and Corporate Social Responsibility" has been recently published by ESIC and it was coordinated by Esther Valbuena and Abel Monfort, ESIC researchers. The purpose of this book, written by 20 authors in a total of 16 chapters, is to provide an analysis on the deontological and ethical problems considering the technological and interconnected global context that affects to business management. It shows new trends in ethical issues and also in the management of economic, social and environmental sustainability, from a global perspective. In addition, this book offers an analysis of management with stakeholders, the content of sustainability plan and corporate communication connecting the content with the social purpose of companies.

aunar tantos puntos de vista para comprender mejor los retos de la ética y la RSE en el mundo actual contando con la colaboración de autores profesionales y académicos.

Coordinado por Belén López Vázquez, DIRSE. ESIC, Business & Marketing School

