

Bajo el título "Nuevos diálogos y relaciones entre la empresa y la sociedad", el Seminario Interno de la Cátedra de Ética Económica y Empresarial de ICADE ha debatido múltiples cuestiones relacionadas con la Responsabilidad Social (RS). Durante ocho sesiones, profesionales y académicos de diversas disciplinas han reflexionado sobre los problemas derivados de la gestión de intangibles, la búsqueda de diferenciación y la falta de claridad en el posicionamiento de las marcas y empresas ante la sociedad. Dificultades que se expresan de modo muy claro en las críticas e indiferencia que los diferentes grupos de interés proyectan respecto a los valores derivados de la Responsabilidad Social de empresas y organizaciones.

Mientras gran parte del management empresarial sigue manteniendo unas políticas comunicacionales unidireccionales, la solución parece entretenerse en debatir y analizar el origen de la problemática. Es decir, centrarse en **los escenarios desde los cuales los grupos sociales y los individuos construyen, comprenden y legitiman los significados de los valores de identidad y gestión de la Responsabilidad Social de una empresa**. Es un debate que debe sustentarse desde el nuevo y activo papel que las empresas y organizaciones han adquirido, tanto respecto a sus competidores como a su presencia en los medios y en el ámbito general de la sociedad.

Epicentro del debate

Entre las grandes cuestiones planteadas en el Seminario Interno, destaca la reflexión en torno a la **sociedad civil**. Se percibe una crisis de legitimación empresarial y es en este momento donde cabe preguntarse hasta qué punto España cuenta con la existencia de ciudadanos comprometidos, capaces de integrarse y dar soluciones a la problemática que los rodea. Desde un punto de vista empresarial, se ha debatido sobre **el papel de la reputación y de la RS** definiendo sus características, marcando territorios y argumentando cómo la legitimidad social de una empresa va más allá de la reputación oficial de la compañía.

Los coloquios derivados de la reflexión personal han llegado a la conclusión de que es necesario desarrollar **modelos y conceptos relacionales** que expliquen por qué la Ética no se puede limitar al cumplimiento de la ley. Es más, se ha sostenido que se debería anteponer **la idea de justicia** a cualquier otro tipo de objetivo. Una solución a estos dilemas pasa por la irrenunciable necesidad de que la empresa potencia los **aspectos estructurales en su gestión**, haciendo de la globalidad y la transversalidad características definitorias de su compromiso con la RSE.

Finalmente, una de las constantes del debate es la percepción de una **falta de corresponsabilidad y ejemplaridad**

tanto en la empresa como en el resto de actores en el proceso (instituciones, ciudadanos, etc.).

Conclusiones del Seminario Interno

El discurso sobre la RS está muy clausurado entre los expertos del mundo universitario, profesionales de las principales empresas del país y consultores especializados que forman parte del Seminario Interno. De hecho, su conceptualización de la RS representa convenientemente lo que actualmente se explica en las empresas, los problemas contemporáneos que rodean al término y la falta de definiciones globalmente aceptadas que impiden que se avance mediante unas metas comunes entre los distintos actores sociales. Esta conclusión es parte de una serie de afirmaciones que han dado forma a las sesiones del Seminario Interno:

- Inestabilidad de la RS. La Responsabilidad Social se encuentra en un contexto muy inestable que viene determinado por la **crisis social de legitimación** (de empresas, instituciones y de los cambios en los modelos de representación del mercado), el **protagonismo de la imagen** (cómo se crea la realidad, la idea de fugacidad y cambio permanente y la pérdida de valor del lenguaje) y las **exigencias sociales** (con su problemática en torno a la formación, la asunción de corresponsabilidad y las cuestiones sobre la verdadera existencia de una sociedad civil).

- Retos para la RS. La crisis de legitimación pasa por la obligación de **recuperar la confianza en la empresa**

. Para ello, es necesario profundizar en el

uso del lenguaje

, la

autoridad moral

que desempeñan los principales protagonistas del cambio y una

modificación de mentalidad en términos de gestión de negocio

. Consecuentemente, es preciso acometer

innovaciones consustanciales

en la empresa, en los departamentos con incidencia en el comportamiento empresarial y en el propio mercado.

- Propuestas para empresas y organizaciones. Entre las grandes líneas trabajadas durante el periodo 2013-2014, los miembros del Seminario han subrayado seis posibles líneas de actuación para las compañías y organizaciones. Entre ellas, destacan: la recomendación de

no relacionar directa o exclusivamente los aspectos reputacionales o de imagen de la empresa con la RS

; anclar con hechos sólidos el compromiso adquirido de la empresa; y fomentar equipos de trabajo o

grupos informales ad hoc

de personas no vinculadas con los objetivos de la empresa. Los criterios de selección de este grupo se deberían basar en su capacidad crítica y el razonamiento constructivo.

Además de lo mencionado, se ha subrayado que se construya una **nueva narrativa de la empresa** en relación con la sociedad y con ella misma. No hay que perder de vista que según el lenguaje que se construya, así será la percepción de la empresa que se llegue a tener. Por último, merece la pena destacar la propuesta que aboga por seguir creciendo en la **transversalidad del departamento de RS.**

Un aspecto que afecta a las relaciones entre los departamentos de toda la empresa (combatiendo la teoría de silos), a la comunicación (mediante la gestión de marca y la relación intangibles vs producto) y a la profesión (delimitando sus ámbitos de gestión).

Gobernanza ética

Los miembros del Seminario Interno de la Cátedra de Ética Económica y Empresarial de ICADE perciben nuevas dificultades en las empresas y en su relación con la Ética empresarial. Se entrevistó lo que se ha denominado como una “Ética difusa”, en la que la empresa, a través de la RSE, parece construir una herramienta hacia el futuro y nunca desde el pasado. Es una **herramienta de deseos o de intenciones, pero no de verdades.**

Según el punto de vista de académicos y expertos, la verdad solo cabe sacarla desde el pasado y entre la empresa y el pasado fáctico está la cultura. Sin embargo, **la RSE son sólo expectativas, procesos hacia delante en los que la verdad es sólo apariencia.**

Consecuentemente, la RSE se sitúa a medio camino entre la verdad del pasado y las intenciones, haciendo del término un concepto relacional y transversal. Esta concepción plantea la búsqueda de la objetividad y credibilidad. Un objetivo que es consecuencia de **poner en relación palabra, imagen y conducta, tanto en el seno de la empresa como en relación con la sociedad y el resto de stakeholders.**

Están presentes en la Cátedra de Ética Económica y Empresarial de la Universidad Pontificia Comillas y en su Seminario Interno los siguientes miembros del Grupo de Investigación: [Juan Benavides](#)

,
[Nuria Villagra](#)

,
[Abel Monfort](#)

.

A continuación, se puede ver el documento resumen con las conclusiones y líneas de debate del Seminario Interno de la Cátedra de Ética Económica y Empresarial de la Universidad Pontificia Comillas: