



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y LA ÉTICA EMPRESARIAL: ANTECEDENTES E IMPACTO EN LA FELICIDAD DE LOS TRABAJADORES

Gerardo Osaba Guijo

osaba1997@gmail.com

Francisco Vergara Giráldez

francis_verg@hotmail.com

Carlo Valentino

carlo1998xd@gmail.com

Universidad de Sevilla

Facultad de Turismo y Finanzas

RESUMEN

La Responsabilidad Social Corporativa y la Ética Empresarial (en adelante RSC y RSE) son conceptos que vienen desarrollándose con mucha fuerza y de especial importancia en las empresas actuales. El contexto interconectado en el que las empresas se encuentran, cada vez más vinculadas a los diferentes grupos de interés, lleva a tener que considerar aspectos que no pueden detenerse simplemente en la obtención de un resultado económico. A continuación, este trabajo pretende profundizar en un análisis en torno a la RSC y ética empresarial, diagnosticar la situación y proponer un plan en una pyme que opera en el sector servicios y su impacto en los agentes internos y externos.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Ética Empresarial, implicación alta dirección, felicidad, grupos de interés.

1 INTRODUCCIÓN

Los conceptos de Responsabilidad Social y Ética Empresarial son actualmente temas de debate tanto en los ámbitos académicos como empresariales. Es por ello por lo que este conocimiento es necesario ya que la sociedad empieza a demandar de forma sistemática y explícita valores

corporativos como la honestidad en los negocios, la imparcialidad y la objetividad profesional, la confianza o la transparencia.

En la actualidad, pero sobre todo a medio y largo plazo, en los mercados maduros y saturados no competirán los productos y servicios, sometidos a un claro proceso de comoditización, sino los modelos de gestión y la RSC (o desempeño ético de la empresa). Estos conceptos son profundamente debatidos en la actualidad por los problemas a nivel globalizado, los problemas medioambientales y la necesidad de consolidar determinados derechos irrenunciables para el concepto de ciudadanía en un estado de bienestar (Cortés García, 2008).

En este contexto, se hace fundamental la concienciación e implicación de la alta dirección, ya que es quien introduce estos términos en el desarrollo de la actividad de la empresa. Debido a ello, hay una necesidad de entender «cómo las actitudes directivas hacia la ética y la responsabilidad social influyen en las decisiones empresariales» (Etheredge, 1999).

A través del concepto de RSC hemos pasado de que el objetivo de las empresas sea la maximización del beneficio en base a la mejor asignación económica de los recursos a una maximización del beneficio en base a la mejor asignación social de los recursos, para contribuir a un desarrollo sostenible de la empresa junto con el de la sociedad.

La acción social debe ser concebida como una oportunidad de diferenciación y como una auténtica ventaja competitiva para las empresas para así mejorar la triple cuenta de resultados de manera equilibrada: económica, social y ambiental.

El proceso de globalización al que estamos asistiendo que implica una movilidad de los factores económicos sin precedentes, ha sido decisivo para profundizar en el ámbito de la ética de los negocios, en especial a partir de los recientes escándalos financieros, que en muchos casos han derivado de una situación de burbuja.

La toma de acciones éticas también tiene consecuencias económicas, sociales y ambientales en el corto, medio y largo plazo. La asunción de principios y valores éticos afecta a todos los ámbitos de la organización. El compromiso

ético es uno de los pilares en los que se sustenta una empresa, contribuyendo a un mayor y mejor desarrollo institucional en el ámbito del desempeño económico.

Con este nuevo concepto de empresa se busca que estas incorporen la dimensión social en la toma de decisiones empresariales que permitan transformar el concepto productivista de la empresa tradicional por un enfoque o modelo socioeconómico, basado esencialmente en la responsabilidad social y ambiental, en la remuneración y utilización adecuada de los recursos, en la interpretación continua de los intereses de la comunidad, y en concebir la empresa como un sistema abierto que interactúa y dialoga sistemáticamente con sus stakeholders o grupos de interés.

Como principal objetivo de la investigación se encuentra concienciar sobre la importancia de la RSC y Ética Empresarial, sus principios, prácticas y beneficios internos y de la sociedad.

Para conseguir los objetivos previos, la estructura de la investigación se sustenta en los siguientes pilares. Tras esta introducción, en el segundo apartado se realiza una revisión de la literatura, donde se profundiza en los términos de Responsabilidad Social Corporativa y Ética Empresarial. Posteriormente, conocidos estos conceptos, se conoce la asignatura desde donde partimos los autores de este artículo para después realizar una aplicación empírica sobre una situación real de la empresa Freedom Fitness SC. Para terminar, se concluye con los elementos más destacados de la investigación y con los resultados más relevantes obtenidos del diagnóstico sobre RSC en dicha empresa.

2 REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Responsabilidad Social Corporativa y Ética en la empresa

Aunque socialmente estos conceptos se utilizan de forma indiferente, contamos con muchos estudios en la actualidad que marcan la diferencia entre los mismos. Se trata de conceptos con significados diferentes, aunque no excluyentes. Hay que considerar que están relacionados y que suelen ser interdependientes (Joyner y Payne, 2002). Para definir RSC siempre debemos tener en consideración la Ética (Mears y Smith, 1977). Algunos autores como Freeman (1984) han propuesto el concepto de gestión de los grupos de interés como unión de la responsabilidad social y la ética empresarial.

2.1.1 Responsabilidad Social Corporativa: Concepto

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se trata de un concepto ambiguo. Los autores de este artículo la definimos como un plan, un proceso que se diseña y se implanta. La RS es un proceso que la empresa asume voluntariamente, que necesita recursos económicos, humanos y conocimiento, que pretende satisfacer de forma equilibrada las necesidades y expectativas de los grupos de interés (stakeholders) para de esta forma conseguir una triple Cuenta de Resultados: económica, social y ambiental equilibradas y garantizar de este modo la sostenibilidad de la empresa y la sociedad.

2.1.2 Responsabilidad Social Corporativa: Tipos

La idea de Responsabilidad Social implica que la empresa no sólo tiene obligaciones legales y económicas, sino también ciertas responsabilidades hacia la sociedad que van más allá de este tipo de compromisos.

Se pueden encontrar múltiples clasificaciones de este concepto según diferentes enfoques, pero entre los planteamientos que han contado con mayor respaldo en la comunidad académica destaca el modelo de la pirámide de Carroll, el cuál vamos a desarrollar a continuación. Carroll (1979), distingue cuatro tipos de responsabilidades sociales, las cuáles dependen sucesivamente unas de otras:

En la base de la pirámide, tenemos la dimensión económica, que hace referencia a la producción de bienes y servicios que los consumidores necesitan y desean. Esta responsabilidad es demandada por la sociedad.

En un segundo plano se encuentra el apartado legal, que se entiende como lo que espera la sociedad de que las empresas busquen sus objetivos económicos respetando el marco jurídico establecido. Esta responsabilidad es exigida de forma vinculante.

Posteriormente, encontramos la dimensión ética referida a las expectativas de la sociedad sobre que las diferentes conductas empresariales satisfagan ciertas normas éticas. Este apartado es esperado por la ciudadanía.

En último lugar, se sitúa la dimensión filantrópica, relativas a las expectativas de que las empresas se impliquen voluntariamente en acciones de interés social. Esta responsabilidad es meramente deseada, sin ser esperada o exigida.

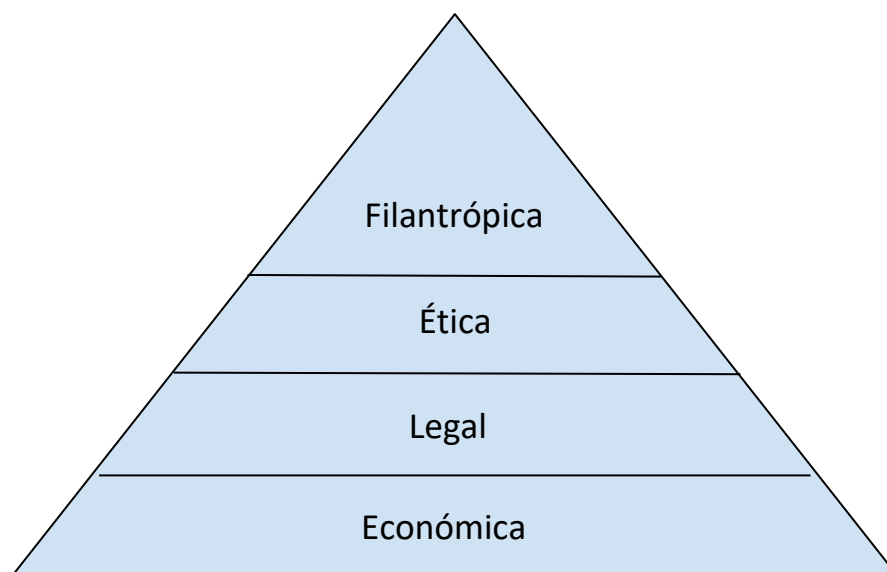


Gráfico 1. La pirámide de Carroll (1979)

2.1.3 Ética Empresarial: Concepto

Podemos entender la ética empresarial como el conjunto de valores, principios y normas que sigue una empresa para desarrollar su actividad. Se trata de llevar a cabo una reflexión moral para que el negocio pueda alcanzar un compromiso social, desde la implicación de la alta dirección hasta los trabajadores, para que se sientan motivados y partícipes.

2.1.4 Ética empresarial: Tipos

La ética empresarial engloba diferentes subtipos según su finalidad, que son los descritos a continuación:

En primer lugar, encontramos la Metaética, que estudia el origen y principios de los valores éticos y la moralidad inherente al ser humano (Significados, 2020). De este modo, tal y como afirman Cortina y Martínez: “La metaética sería un modo de reflexión y de lenguaje, centrado sobre el modo de reflexión y lenguaje éticos, cuya cientificidad, suficiencia, caracteres formales, situación epistemológica, etc. debería tratar de discernir” (Cortina & Martínez, 2001).

La Ética Normativa trata de establecer una serie de valores mediante los cuales se dirija la conducta de las personas en sociedad hacia un bien común, de manera que “identificaban a la ética normativa con un código moral concreto” (Cortina & Martínez, 2001).

Para finalizar tenemos la Ética Aplicada que es aquella que se aplica a situaciones específicas, apoyándose de la Ética Normativa, para la resolución de enfrentamientos éticos (Significados, 2020).

2.2 Antecedentes o determinantes de la RSE y la ética y su impacto en la felicidad de los trabajadores.

2.2.1 Antecedentes de la Responsabilidad Social y la Ética Empresarial

Hoy en día, estos conceptos son ya profundamente debatidos en el panorama docente y empresarial. No se trata de una moda, sino de un fenómeno que viene desarrollándose con importancia creciente en el proceso de globalización en el que nos encontramos, impulsado por el papel socializador que juegan las empresas en nuestras sociedades complejas.

- **Conceptualización (1953 - 1997):** Tanto la ética empresarial como la RSC, son conceptos que empiezan a cristalizar en la segunda mitad del Siglo XX. El origen de este último se atribuye al economista Howard Bowen. Años posteriores fue Friedman, premio Nobel de economía, quien la describió como el uso de los recursos disponibles para incrementar los beneficios dentro de los márgenes legales en un mercado abierto y competitivo. Tras esto, fue Edward Freeman quien profundizó a través de la Teoría de los Stakeholders describiéndolos como aquellos que pueden afectar a la empresa o verse afectados por ella. Estas ideas desarrollaban las primeras investigaciones académicas a partir de la que surgían nuevos conceptos. En 1983 se constituye la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, creada por la Asamblea General de Naciones Unidas. Dicha comisión se propuso elaborar el Informe Nuestro Futuro Común donde se recogió la definición de desarrollo sostenible como la satisfacción de las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades. (Correa Jaramillo, 2007)
- **Consolidación y explosión (1997 - 2014):** a partir de 1997, con la creación del GRI empezaron a haber multitud de iniciativas corporativas nacionales e internacionales como herramientas de sostenibilidad. Tras este, surgió el Pacto Mundial, las Directrices de la OCDE para empresas multinacionales, el Libro verde para fomentar un marco europeo para la

responsabilidad social de las empresas de la UE, la norma ISO 26000... todos estos instrumentos fueron relacionados directamente con la gestión de la RSC en las organizaciones y que ayudan a lograr una mejor comprensión de las ideas expresadas en los principios. (Correa Jaramillo, 2007)

- Regulación (2014 - 2018): En cuatro años se dieron los principales instrumentos legales para atribuir responsabilidades al Consejo de Administración. En la Unión Europea se aprobó la Directiva 95/2014 que, basándose en el Libro Verde de 2011, exige que las empresas incluyan en su gestión acciones que influyan en la conservación del medioambiente y en un estado de bienestar. En España, el gran salto legislativo se produce en 2014 con la Ley 31/2014, cuando se modifica la Ley de Sociedades de Capital para la mejora del gobierno corporativo. (Correa Jaramillo, 2007)
- Concienciación (2018 - Actualidad): La alta dirección de las grandes empresas se dan cuenta de que tomar este tipo de acciones no es un coste que reduzca los beneficios, sino que es una inversión donde se crea valor para todos los stakeholders y además se busca cumplir con una serie de objetivos sociales y ambientales. Esto repercute beneficiosamente en la triple cuenta de resultados de la empresa. (Correa Jaramillo, 2007)

2.2.2 La Responsabilidad Social y la Ética Empresarial y su impacto en la felicidad de los trabajos

En algunos estudios empíricos se ha podido comprobar que la moral de los empleados era tres veces superior en empresas que tienen desarrollados un mayor compromiso social (Mullen, 1997) o políticas explícitas de responsabilidad social corporativa.

En este sentido, se puede decir que el establecimiento de principios y valores éticos en el seno de la organización empresarial genera una mejor predisposición de las distintas personas con las que ésta interactúa para buscar mecanismos cooperativos que permitan una mejora en el ámbito competitivo de la empresa.

De hecho, en muchos casos se ha abordado la relación que se da entre el establecimiento de este entorno ético y de identificación de los valores corporativos con la motivación, el rendimiento, la satisfacción y el absentismo, la responsabilidad y la implicación de los empleados en la actividad desarrollada por la empresa (Randall, 1987; Hunt et al, 1989; Vitell y Davis, 1990) teniendo unos efectos netamente positivos en al ámbito del clima y de la conflictividad laboral, el trato concedido a los clientes y la mejora de la productividad, y produciéndose una mayor identificación de los empleados con los intereses de la empresa (Mowday et al, 1979).

3 APLICACIÓN EMPÍRICA DEL MODELO CONCEPTUAL A LA EMPRESA FREEDOM FITNESS SC

3.1 La asignatura Responsabilidad Social y Ética Empresarial

La asignatura se ubica dentro del tercer curso del grado Finanzas y Contabilidad y vale 6 créditos, como las demás asignaturas a realizar.

La Universidad de Sevilla fue de las pioneras en España en instaurar esta asignatura con los siguientes objetivos: sensibilizar sobre la importancia de la RS y la Ética para la sostenibilidad de las organizaciones y el gran papel que tiene el directivo para transformar la empresa en un espacio ético.

Para profundizar se infunde conocimientos generales, conocimiento sobre los enfoques teóricos y los modelos para evaluar la RSC y la Ética en las organizaciones. Para poner en práctica estos conocimientos, nos dota de unas habilidades para llevar a cabo el diseño de un Plan de RSC sobre una empresa, la cual posteriormente está llevando a cabo dicho plan.

La metodología de enseñanza se realiza de manera diversa, y principalmente existe gran interacción con el alumnado. Consta de clases teóricas, presentaciones digitales por grupo de trabajo y examen individual sobre los conocimientos aprendidos. Con la exposición en clase por parte del alumnado se busca mejorar el proceso de comunicación, es la base de todo. También se reciben clases teóricas por parte de otros profesores, más especializados en la idea que se va a tratar y se nos dan conferencias relativas a la RS y la ética.

El alumnado realiza actividades diariamente sobre lo impartido en clase, las cuáles tiene que entregar. Hay mucho debate en clase. Durante toda la asignatura se integra al alumno en un equipo de trabajo, donde se desarrollan capacidades demandadas en el mundo profesional, y dónde existe una gran interacción entre todos los equipos de trabajo.

Estos equipos de trabajo tienen que realizar las diferentes exposiciones, entre las que se encuentra el Trabajo sobre la Empresa, el cuál es lo que tiene más peso dentro de la asignatura.

La asignatura sigue distintos criterios de calificación. Primeramente, parte de un escenario de presencialidad en las clases o no presencialidad (y transmisión de la docencia a través de la Enseñanza Virtual). Esto es así por la incertidumbre de la pandemia.

En el primero de los casos, que ha sido donde hemos estado todo el cuatrimestre se puede superar la asignatura a través de una evaluación continua o a través de una evaluación final, donde a través de un único examen se evalúan sobre todo el contenido de la materia. Por evaluación continua se distingue entre todo lo comentado anteriormente con sus respectivos porcentajes. Con más peso dentro de la asignatura (40%) se encuentra el Trabajo sobre la Empresa, donde se pretende aplicar los conocimientos y técnicas aprendidas en la asignatura con el objetivo de adquirir habilidades diagnosticando y creando un plan de RSC para una empresa real y que después esta podrá implantar. Si es así, como en nuestro caso, tendremos que ir evaluando el funcionamiento y resultados obtenidos y si corresponde, mejorarlo.

La estructura de dicho trabajo se determina con los siguientes puntos: introducción, empresa y directivo, preliminares, estructura y contenido, discusión o análisis de los datos, diseño del plan, fichas de proyectos, conclusiones y bibliografía.

La asignatura Responsabilidad Social y Ética Empresarial nos ha dotado de los conceptos, conocimientos y habilidades para la realización de este trabajo y la posible puesta en marcha en el mundo profesional.

3.2 Métodos

3.2.1 Métodos de captación de datos

El método de captación de datos que hemos usado ha sido a través de entrevista personal y encuestas online. Estos cuestionarios han sido rellenados de diferentes maneras: forma física, en papel y formato digital, a través de una campaña de publicidad expuesta en redes sociales. Tenemos un total de 31 cuestionarios que se dividen de la siguiente manera:

| TOTAL CUESTIONARIOS (31) | AGENTES INTERNOS | AGENTES EXTERNOS |
|--|---------------------|---------------------|
| Cuestionarios a papel | 6 | 5 |
| Cuestionarios online clientes actuales | | 4 |
| Cuestionarios online clientes antiguos | | 12 |
| Cuestionarios a papel no válidos | | 1 |
| Cuestionarios online no válidos | | 3 |
| Total | 6 | 25 |

Tabla 1. Recogida de datos

La campaña de publicidad realizada ha sido a través de la plataforma Instagram. Ha sido de gran ayuda ya que nos han respondido antiguos clientes del gimnasio, lo que nos abre el abanico de los diferentes grupos de interés que tiene Freedom Fitness S.C.

Estos datos que hemos obtenido de dichas encuestas los hemos codificado en una hoja de cálculo Excel.



Utilizamos las plantillas que previamente el profesorado nos había asignado. Además, hemos realizado una serie de cálculos estadísticos como la media, moda, mediana, y por último, una regresión lineal entre variables dependientes e independientes.

El proceso de captación de datos fue algo complicado, con una duración estimada de 3 semanas justo después de recibir firmada la carta de compromiso por parte de la empresa el día 10 de marzo de 2022.

3.2.2 Métodos de análisis de datos

Primero, al recopilar los datos, procedimos a la comprobación para ver las diferencias entre la pregunta RS03 Y RS11 con el objetivo de rechazar los cuestionarios con diferencias superiores a 1 y -1. Así comprobamos que teníamos 4 cuestionarios no válidos.

En este proceso de análisis, hemos calculado medidas centrales estadísticas para facilitar la comprensión de los datos obtenidos.

Entre las diferentes variables estudiadas se encuentran las variables independientes, de las cuales destacamos: Grupos de interés o stakeholders, sexo, edad, nivel de estudios, estado civil, situación laboral. De las variables dependientes destacamos: antigüedad en la empresa, años de actividad laboral, número de integrantes en la familia, integrantes de la unidad familiar sin ingresos, efecto pobreza, presión para RSE.

También podemos dividir los cuestionarios según el total de bloques de estudio analizados a través de agentes internos o externos:

- Bloque 1. Datos generales de la persona que contesta.
- Bloque 2. Responsabilidad Social Corporativa: Dimensión interna y dimensión externa.
- Bloque 3. Implicación de la dirección de la empresa.
- Bloque 4. Ética de la organización.
- Bloque 5. Felicidad laboral.
- Bloque 6. Compromiso con la organización.
- Bloque 7. Felicidad personal.

Los 6 primeros bloques son analizados a través de los agentes internos. Los agentes externos constan de los 4 primeros bloques y el Bloque 7.

3.3 Resultados del análisis descriptivo

La empresa analizada y a la que vamos a aplicar el modelo conceptual es Freedom Fitness S.C. la cual es una empresa perteneciente al sector servicios, especialmente se trata de un gimnasio. Se encuentra ubicada en la ciudad de Sevilla con sede en la calle Luxemburgo, 3 en el conocido barrio de los Bermejales. Este gimnasio fue fundado en el año 2013 y actualmente cuenta con un propietario (Sergio Usano Naranjo), un supervisor de operarios (Antonio Jesús Cotán), tres operarios y dos en prácticas (contabilizados como operarios en los cuestionarios). Hoy en día, además de prestar estos servicios, ofrece productos de nutrición y suplementación relacionados con la actividad física.

3.3.1 Descriptivos de la variable felicidad de los agentes internos

La felicidad media, ya sea referida a la global, del trabajo e individual están por encima del valor 3,5, llegando a aproximarse al 6.

Entre estos tres tipos de felicidad analizados, destaca la felicidad individual de cada agente interno, con un valor de 5,972.

Los datos proporcionados indican bastante igualdad en las diferentes variables estudiadas. Cabe destacar que los agentes internos menores de 26 años tienen una felicidad destacablemente inferior a la media, sobre todo en el ámbito laboral, los agentes internos que piensan que la Presión de RSE es inexistente tienen una felicidad destacablemente inferior a la media y los que piensan que esta variable es baja tienen los mayores valores de felicidad, pasando de 6.

La mediana nos proporciona unos valores similares a la media, se encuentra por encima de 3,5, con valores generales entre 5,5 y 6.

Con respecto a la moda, solo tenemos datos sobre la felicidad global e individual. Siendo la puntuación 5,73 y 6, respectivamente.

| | FELICIDAD GLOBAL | FELICIDAD TRABAJO | FELICIDAD INDIVIDUAL |
|-------|------------------|-------------------|----------------------|
| MEDIA | 5,666666667 | 5,462962963 | 5,972222222 |

| | | | |
|----------------|-------------|------|---|
| MEDIANA | 5,7 | 5,5 | 6 |
| MODA | 5,733333333 | #N/A | 6 |

Tabla 2. Felicidad global, laboral y personal

3.3.2 Descriptivos de la variable “compromiso”

El compromiso medio de los encuestados sobrepasa el 3,5, incluso llega en algunos casos a 6,75 como el caso de los casados, el compromiso de continuidad se queda en el 3,41.

Este compromiso de continuidad es aún más preocupante al ver que son los menores de 26 años los que menos compromiso de continuidad tienen y es de recordar que el 33,33% de los agentes internos es menor de 26 años.

Al igual que en el apartado anterior los que piensan que la presión de RSE es inexistente tiene una puntuación baja respecto a la continuidad, pero no es solo en ese apartado el que este grupo es deficitario, sino que en todos, tanto en el global como normativos y afectivo.

La mediana nos aporta datos semejantes a los anteriores, lo único a destacar es que los valores decrecen un poco respecto a la media.

La moda nos aporta que el valor más frecuente en la afectividad es el 5,75 que es bueno ya que sobrepasa el 3,75.

| | AFECTIVO | NORMATIVO | DE CONTINUIDAD | GLOBAL |
|----------------|-----------------|------------------|-----------------------|---------------|
| MEDIA | 5,583333333 | 5,75 | 3,416666667 | 5,083333333 |
| MEDIANA | 5,75 | 5,5 | 3,25 | 5,3125 |
| MODA | 5,75 | 5,5 | 2,5 | #N/A |

Tabla 3 Valores de la variable compromiso

3.3.3 Descriptivos de la variable felicidad de los agentes externos

Los valores promedio de los agentes externos son correctos. Todos se mantienen constante cerca de la media y no hay ninguna anomalía en los datos. Lo único a destacar sería nuevamente que los que creen que hay muy baja presión RSE son menos felices, bajando hasta un 3,71 aunque se encuentra por

encima de 3,5. Aun así no hay que desatender a este colectivo para que no empeore la situación.

Respecto a la mediana aporta las mismas conclusiones que la media, pero con valores en general más alto siendo así la media global de 4,85.

La moda nos aporta que el valor más frecuente respecto a la felicidad personal es el 5,07 que es elevado ya que sobrepasa el 3,5 por un punto y medio. Podemos decir que la gente que ya no está en la empresa y es cliente de otros gimnasios es más feliz ya que hay una diferencia entre clientes y otros grupos de interés (antiguos clientes) de 0,47.

| | FELICIDAD PERSONAL |
|---------|--------------------|
| MEDIA | 4,782312925 |
| MEDIANA | 4,857142857 |
| MODA | 5,071428571 |

Tabla 4 Felicidad personal

3.3.4 Descriptivos de la variable “RSE”

En aspectos generales, la situación no es buena ya que la RSC global no llega a la mitad que sería 144 puntos.

Nos quedamos en **133,44** puntos, lo que provoca que la empresa sea de **tipo C**.

También hay que tener en cuenta que la mediana es 109 y la moda 91, valores aún más bajos que la media.

La dimensión externa está por debajo de 60 puntos, pero está próxima, en cambio la interna tiene 78,29 lejos de los 84 que sería por así decirlo el aprobado.

Dimensión externa:

Respecto a los socios comerciales, la empresa está relativamente bien respecto a los otros dos valores y sobrepasa los 28 puntos. Es de destacar que la moda es 37 que es bastante elevada.

La vinculación con el entorno a pesar de estar bastante baja está cerca del valor medio que sería 24.



Hay que destacar que el colectivo de separados y de muy alta presión de RSE en este apartado le otorgan 49 y 43 respectivamente a la empresa en este apartado, lo que consolida que a mayor nivel de RSE en la empresa, mayor felicidad.

En cambio, hay varios problemas por ejemplo los empleados puntuando este apartado de media con un 14,6 y los clientes 13,2.

La integración de la RSE en la gestión empresarial es bastante baja, llamándonos la atención la puntuación otorgada por los clientes y empleados 2 y 2,8 puntos de media, mediana y moda.

Dimensión interna:

La prevención de riesgos laborales está por encima de los 24 puntos, pero aun así no es alta. Los clientes no perciben que sea suficiente ya que le han otorgado 21 puntos a este apartado. Creemos que hay un colectivo deficitario que es el de las mujeres las cuales han puntuado con un 18.

La adaptación al cambio y la conciliación e igualdad también tienen valores insuficientes.

Destacando positivamente las valoraciones por parte de las mujeres (27 puntos), los clientes (24,77 puntos) y las personas que hacen presión alta en aspectos de RSE (24 puntos).

En este apartado es de destacar que **los agentes internos** están más descontentos que los externos sobre todo en los ámbitos de la integración de la RSE.

- Destacando la opinión de los menores de 26 con una media y mediana 2,5.
- La vinculación del entorno local e internacional, sobre todo por parte de los solteros y los que opinan que la presión de RSE es baja con unas puntuaciones de 13,75 y 12 puntos.
- Por último, la adaptación al cambio, en este apartado llama la atención que los de licenciatura lo valoran bien respecto a los demás grupos con 14,66 puntos de media.

En cambio, en los **agentes externos** su mayor preocupación es el apartado de la prevención de riesgos laborales y ambientales. Destacando la

gente mayor de 26 a 46 y casada y como hemos comentado antes también por parte de las mujeres (18,33 puntos).

Si analizamos con atención podemos ver como los otros grupos de interés que en general está compuesto por antiguos clientes valora muy bien a nuestra empresa por lo cual es un punto a favor para Freedom Fitness. El punto a mejorar y más importante, son nuestros clientes actuales.

| | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|
| GENERAL | MEDIA | 37,92 | 7 | 26 | 78,29 | 19,88 | 9 | 6 | 55,14 | 4 | 133,4 |
| | MEDIANA | 33 | 13 | 26 | 67 | 16 | 27 | 3 | 44 | 109 | |
| | MODA | 19 | 7 | 26 | 53 | 12 | 37 | 2 | 41 | 91 | |
| AGENTES INTERNOS | MEDIA | 36,33 | 11,5 | 6 | 74 | 16 | 6 | 3,66 | 46,83 | 3 | 120,8 |
| | MEDIANA | 32,5 | 9 | 26 | 66 | 16,5 | 26 | 3 | 44,5 | 108,5 | |
| | MODA | #N/A | #N/A | 26 | #N/A | 18 | #N/A | 2 | #N/A | #N/A | |
| AGENTES EXTERNOS | MEDIA | 38,38 | 15,19 | 25,95 | 2 | 21 | 0 | 6,61 | 2 | 4 | 137,0 |
| | MEDIANA | 33 | 15 | 26 | 67 | 16 | 28 | 2 | 44 | 109 | |
| | MODA | 21 | 15 | 26 | 109 | 12 | 23 | 2 | 41 | 163 | |

Tabla 5 Descriptivos variable "RSE"

3.3.5 Descriptivos de la variable "implicación de la alta dirección"

En aspectos generales podría mejorar, ya que está por encima del 3,5 pero solo con un 3,86.

Teniendo en cuenta que el valor más frecuente que nos encontramos es 2,16 muy por debajo de este valor medio de 3,5.

- El punto a destacar sería que los empleados y los clientes ven muy poca implicación de la alta dirección con puntuaciones de 2,6 y 2,75 puntos de media y 2,5 y 2,33 de mediana, respectivamente. También, los que creen que hay una presión alta de RSE también opinan que esta implicación es baja puntuando con un 2,33.

Si nos centramos en los **agentes internos** empeora la situación ya que la media y la mediana de todos desciende a 3 y a 2,66 puntos respectivamente.

- Afectando principalmente a los que tienen entre 26 a 45 años, los empleados y los que opinan que la presión de la RSE es muy baja e inexistente.

Viendo los valores de los **agentes externos** la situación sobre este aspecto mejora, situándose la media y la mediana en 4,11 y 4,33.

- Lo único preocupante sería los mayores de 46 a 60, que lo han puntuado con un 1,5 el valor más bajo visto en este apartado.
- Nuevamente, los otros grupos de interés valoran mejor que los clientes actuales, esto nos da a entender que nuestro gimnasio respecto a los demás es mejor y que estos al comparar le dan una mayor puntuación en este caso una diferencia de 2,375 puntos. También puede ser que se estén dejando de hacer algunas cosas bien.

| | | |
|-------------------------|---------|-------------|
| GENERAL | MEDIA | 3,864197531 |
| | MEDIANA | 3,5 |
| | MODA | 2,166666667 |
| AGENTES INTERNOS | MEDIA | 3 |
| | MEDIANA | 2,666666667 |
| | MODA | #N/A |
| AGENTES EXTERNOS | MEDIA | 4,111111111 |
| | MEDIANA | 4,333333333 |
| | MODA | 4,666666667 |

Tabla 6 Implicación de la alta dirección

3.3.6 Descriptivos de la variable “ética empresarial”

Analizando los datos podemos decir que la empresa tiene una mejor situación a nivel expectativas éticas que sobre la conducta real.

Esto es debido a que las expectativas éticas tiene una media de puntuaciones de 4,65 y una mediana y moda de 4,71 mientras que la conducta ética tiene una media de 3,918 y una mediana y moda de 4.

- En aspectos generales nos llama la atención que la gente con formación máster opina que la conducta ética es baja con una puntuación de 2,4 de media. Las personas de 46 a 60 años también opina que hay una escasa conducta ética.
- La gente con diplomatura le ha dado la puntuación más alta 4,4.

Los agentes internos opinan que hay muy poca conducta ética, sobre todo los menores de 26. Esto es un factor de riesgo porque la mayoría de los empleados son menores de 26.

Sobre **los agentes externos** la situación en estos aspectos está mejor valorada. Siendo mejor la situación en los dos ámbitos.

- Excepción de los mayores de 46 hasta los 60 que lo han puntuado con un 1,8.
- Los otros grupos de interés vuelven a valorar mejor que los clientes actuales.

| | | | |
|-------------------------|---------|-------------|-------------|
| GENERAL | MEDIA | 3,918518519 | 4,645502646 |
| | MEDIANA | 4 | 4,714285714 |
| | MODA | 4 | 4,714285714 |
| AGENTES INTERNOS | MEDIA | 3,8 | 4,476190476 |
| | MEDIANA | 4 | 4,5 |
| | MODA | 4 | |
| AGENTES EXTERNOS | MEDIA | 3,952380952 | 4,693877551 |
| | MEDIANA | 3,8 | 4,714285714 |
| | MODA | 5,4 | 4,714285714 |

Tabla 7 variable "ética empresarial"

3.4 Correlación lineal

Hicimos un análisis lineal multivariable con Rstudio. Es un software (Open source, por lo tanto, gratuito y con la posibilidad por parte de los usuarios de añadir libremente bibliotecas de código para realizar nuevos análisis) y nace para el análisis estadístico de los datos. En detalle, hemos realizado una regresión lineal multivariante. La regresión lineal permite analizar la relación entre variables.

Permite cuantificar la relación entre una variable dependiente y un conjunto de variables independientes. En cualquier caso, este tipo de modelo se vuelve más preciso, cuando más observaciones tiene. Como veremos más adelante, tenemos resultados más precisos para los agentes externos donde tenemos más de 20 cuestionarios (algunos no se consideran, sin embargo, ya que no son válidos). El análisis de los agentes internos solo cuenta con 6 cuestionarios.

```

1 library(tseries)
2 library(moments)
3 library(car)
4 library(lmtest)
5 library(leaps)
6 library(MASS)
7 attach(AGENTES_INTERNOS) #comando per poter gestire le singole variabili (colonne) del data.frame
8 names(AGENTES_INTERNOS)
9 regressione1<- lm("Felicidad global" ~ "conducta ética"+"Expectativa ética"+"RSC")
10 attributes(regressione1)
11 coefficients(regressione1)
12 regressione1$coefficients
13 summary(regressione1)
14 plot("Felicidad individual" ~ "conducta ética"+"Expectativa ética"+"RSC")
15 plot("Felicidad individual"~ "conducta ética") # scatter-plot regressione semplice
16 abline (regressione1$coeff[1],regressione1$coeff[2]) #tracciamo la retta della regressione
17 boxplot(regressione1$residuals)
18 studResiduals1<-residuals(regressione1)/sqrt(var(residuals(regressione1)))# residui standardizzati
19 studResiduals1<-studres(regressione1) # residui studentizzati
20 studResiduals1<-studres(regressione1)# residui studentizzati esternamente
21 hist(studResiduals1)
22 plot(density(studResiduals1))
23 plot(fitted(regressione1), studResiduals1)
24 abline (0,0)
25 qqnorm(studResiduals1)
26 qqline(studResiduals1)
27 sort(studResiduals1)
28 #AUTOMATICA SELEZIONE DEL MIGLIOR MODELLO DI REGRESSIONE MULTIPLA#

```

```

> coefficients(regressione1)
(Intercept) "conducta ética" "Expectativa ética" RSC
4.5558609938 -0.0037643502 0.0391649820 -0.0002814296
> regressione1$coefficients
(Intercept) "conducta ética" "Expectativa ética" RSC
4.5558609938 -0.0037643502 0.0391649820 -0.0002814296
> summary(regressione1)

Call:
lm(formula = "Felicidad global" ~ "conducta ética" + "Expectativa ética" +
RSC)

Residuals:
    1     2     3     4     5     6
0.08886 0.29555 0.31241 -0.44086 -0.19980 -0.05617

Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)  4.5558610  1.8238502   2.498  0.130
"conducta ética" -0.0037644  0.1371126  -0.027  0.981
"Expectativa ética" 0.0391650  0.0731553   0.535  0.646
RSC            -0.0002814  0.0081673  -0.034  0.976

Residual standard error: 0.4638 on 2 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.3277, Adjusted R-squared:  -0.6808
F-statistic: 0.3249 on 3 and 2 DF, p-value: 0.8124

```

Ilustración 1 código

Comenzando con el análisis de datos, importamos un excel donde mostramos 6 cuestionarios con agentes internos. Las variables objeto de análisis son la felicidad global, la conducta ética, la expectativa ética y la RSC.

Para que el programa funcione, primero debe cargar las bibliotecas (líneas 1 a 7). Después de cargar las bibliotecas, el programa incluye el tipo de análisis y los tipos de comandos que queremos realizar.

- Con `"names(AGENTES_INTERNOS)"` hemos incluido la información sobre los agentes internos

- Con el código: `"regressione1<- lm(`Felicidad global` ~ `Conducta ética`+`Expectativa ética`+`RSC`)"` y `attributes(regressione1)"` hemos indicado como objetivo el análisis de la relación existente entre la felicidad global, entendida como variable dependiente y la conducta ética, la expectativa ética y la RSC.
- Con el comando `"summary(regressione1)"` hemos iniciado la regresión.

Por los resultados que hemos obtenido, ninguna variable es estadísticamente significativa, los datos aportados no son suficientes para explicar la relación con nuestra variable dependiente, tampoco la intercepta. Es decir, nuestro programa no puede entender si realmente en base a los datos obtenidos hay una dependencia de la felicidad global de la conducta ética, la expectativa ética y la RSC, y existe la posibilidad de que con más observaciones, se puede obtener una correlación entre las variables.

- Para visualizar gráficamente la recta de regresión debemos utilizar el comando `"abline (0,0)"`

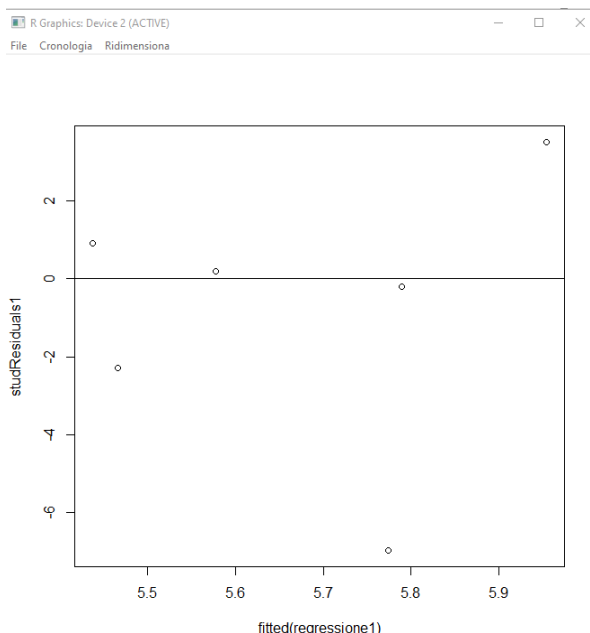


Ilustración 2 regresión

En la recta de regresión mostrada podemos ver a los individuos. Si los individuos se distribuyen aleatoriamente, significa que no hay tendencia particular, es decir, no hay correlación.

Ahora es posible realizar el mismo procedimiento, pero con agentes externos.

```

1 library(tseries)
2 library(moments)
3 library(car)
4 library(lmtest)
5 library(leaps)
6 library(MASS)
7 attach(AGENTES_EXTERNOS) #comando per poter gestire le singole variabili (colonne) del dataframe
8 names(AGENTES_EXTERNOS)
9 regressione1<- lm(`Felicidad individual` ~ `Conducta ética`+`Expectativa ética`+`RSC`)
10 attributes(regressione1)
11 coefficients(regressione1)
12 regressione1$coefficients
13 summary(regressione1)
  
```

Ilustración 3 código agentes externos

- Con “`names(AGENTES EXTERNOS)`” hemos subido la información de los agentes externos
- Con el código: `regressione1<- lm(`Felicidad individual` ~ `Conducta ética`+`Expectativa ética`+`RSC`)` hemos indicado como objetivo analizar la relación existente entre la felicidad individual, entendida como variable dependiente y la conducta ética, la expectativa ética y la RSC que son nuestras variables independientes.
- Con “`summary(regressione1)`” hemos iniciado la regresión.

```

(Intercept)    `Conducta ética`    `Expectativa ética`    RSC
3.0482903725      0.0011762622      0.0574145113      -0.0009374488
> regressione1$coefficients
(Intercept)    `Conducta ética`    `Expectativa ética`    RSC
3.0482903725      0.0011762622      0.0574145113      -0.0009374488
> summary(regressione1)

Call:
lm(formula = `Felicidad individual` ~ `Conducta ética` + `Expectativa ética` +
RSC)

Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-1.32477 -0.18723 -0.05404  0.32231  0.54219

Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)  3.0482904  0.4735083   6.438 4.66e-06 ***
`Conducta ética`  0.0011763  0.0196780   0.060  0.95299
`Expectativa ética` 0.0574145  0.0171821   3.342  0.00363 **
RSC          -0.0009374  0.0020816  -0.450  0.65783
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.4693 on 18 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.4888,    Adjusted R-squared:  0.4036
F-statistic: 5.737 on 3 and 18 DF,  p-value: 0.006168
  
```

Ilustración 4 datos del código

Al analizar los resultados que se muestran en la consola, observamos que, gracias al número significativo de más de 20 variables, se muestran datos más confiables que los analizados anteriormente para los agentes

internos. Observamos que la variable "expectativa ética" es estadísticamente significativa. Esto significa que esta variable independiente influye en la variable dependiente "Felicidad individual".

También observamos cómo aún más significativa es la intercepta y, por lo tanto, el software está bastante seguro de que, con un número aún mayor de datos, hay aún más posibilidades de correlación entre las variables.

NOTA: Se puede entender fácilmente la correlación existente gracias a la representación del símbolo "estrella" ☆ cerca de las variables en la consola.

Por último, podemos representar gráficamente la regresión:

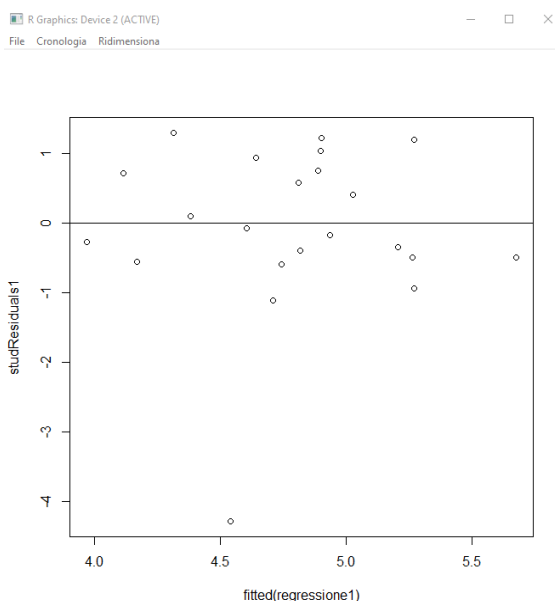


Gráfico 2 regresión con variable felicidad individual

Desde el gráfico (obtenido con el comando "abline (0,0)") es posible observar cómo muchos individuos se distribuyen cerca de la recta, mientras que otros se desenredan de manera aleatoria lejos de la recta. Esto quiere decir que hay efectivamente alguna variable que tiene correlación (expectativa ética), mientras que las otras no.

4 CONCLUSIONES

Al evaluar los resultados del análisis descriptivo, podemos deducir que a los agentes internos, entre felicidad global, felicidad en el trabajo y felicidad individual, tenemos valores bastante similares, aunque se puede notar un valor

menor para la felicidad atribuible a los agentes internos en el trabajo. Una cierta homogeneidad en los resultados también se repite para la mediana y la moda que se mantienen en valores bastante en línea entre sí.

Al analizar el compromiso, se crea inquietud al notar un bajo grado de compromiso para los menores de 26 años, que creen que hay una presión de RSE baja o incluso inexistente. Valores diferentes los encontramos con las personas con poca formación académica, que tienen un grado mucho más alto de compromiso.

La felicidad de los agentes internos, también observamos valores bastante constantes aquí, excepto para aquellos sujetos que piensan que hay una muy baja presión RSE en la empresa: por lo tanto, son menos felices y tienen una mayor expectativa ética en la empresa, es decir, crecer en ese ámbito.

La RSC global obtiene una puntuación de 133,44. Por lo tanto, no supera los 144 puntos y se coloca en el tipo C. Este valor refleja problemas imputables a la empresa, como poca integración de la RSE en la gestión empresarial y una relación con el entorno, bastante baja. Valores en la media pueden ser debidos a la prevención de riesgos laborales, pero no son suficientes para mejorar la puntuación general de la empresa, donde encontramos otros valores bajos también en la conciliación e igualdad, y en la adaptación al cambio.

Tras analizar los datos sobre las expectativas éticas, notamos algo ya anticipado en los análisis anteriores. De hecho, tenemos una opinión negativa sobre la conducta ética por parte de los agentes internos, especialmente por parte de los menores de 26 años. La situación mejora con los agentes externos, donde notamos mejores valoraciones, excepto para los mayores de 46 hasta los 60 que dan una valoración muy baja.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, fue necesario analizar más en profundidad la relación entre las variables para comprender si existe una dependencia entre ellas. Para ello realizamos un análisis lineal multivariable con el software Rstudio. Por lo tanto, en resumen de los resultados obtenidos con el software:

- Para los agentes internos, no se pueden sacar conclusiones sobre la influencia de las variables independientes "conducta ética, expectativa

ética y RSC" sobre la variable dependiente Felicidad global, por la falta de experimentos.

- En cambio, para los agentes externos, hay correlación entre las variables independientes, con la variable dependiente felicidad individual.

Esto confirma la influencia existente de la expectativa ética sobre las otras variables, que ya ha demostrado ser un componente de interés con el análisis descriptivo. Los dos análisis convergen para los agentes externos a un único resultado: la toma de acciones a nivel ético y responsablemente sociales son variables relevantes en cuanto a influencia en la felicidad individual.

Las empresas son instituciones sociales que interaccionan con la sociedad y el entorno. Su actuación genera, incluso más que la de cualquier otro agente, consecuencias para las sociedades en las que operan.

La demanda consciente y los cambios de actitud de los consumidores exige de las empresas políticas y estrategias de RSC. Unas empresas lo han asumido desde un programa débil y con poco convencimiento por parte de la dirección y en cambio, otras, lo han hecho desde un programa fuerte y un enfoque estratégico, provocado por el convencimiento profundo de la alta dirección de la compañía que ha visto en la responsabilidad social corporativa y el comportamiento ético elementos especialmente ventajosos para la diferenciación en mercados maduros y saturados.

La mayor responsabilidad de la empresa es crear riqueza y para ello tiene que buscar la mejor manera de garantizar su supervivencia actuando ética y responsablemente en el día a día de sus operaciones. Se trata, en definitiva, de buscar los objetivos de la empresa sin olvidarse del entorno que le rodea.

REFERÊNCIAS

- Andreu Pinillos, A., & Fernández Mateo, J. (2020, July 27). RSC: 70 años de historia para llegar a los Consejos de Administración. *Ethic*. Retrieved August 10, 2022, from <https://ethic.es/2020/07/rsc-70-anos-de-historia/>
- Bernstein, Z. (1993): «Too much corporate power?». *Business Week*, 11 September, pp. 52-60.

- Boyner, B. E. ; Payne, D. & Raiborn, C. A. (2002): «Building Values, Business Ethics & Corporate Social Responsibility into the developing organization». *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 7, nº 1. April, pp. 113-131
- Collins, D. (2000): «The quest to improve the human condition: the first 1500 articles published in *Journal of Business Ethics*». *Journal of Business Ethics*, 26, pp. 1-73.
- Correa Jaramillo, J. G. (2007). *Evolución Histórica De Los Conceptos De Responsabilidad Social Empresarial Y Balance Social**. Scielo. Retrieved July 30, 2022, from <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v10n20/v10n20a6.pdf>
- Cortés García, F. J. (2008). *Boletín ICE Económico*. Cambridge Dictionary | English Dictionary, Translations & Thesaurus. Retrieved July 30, 2022, from <http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/view/4481/4481>
- Cortina, A., & Martínez, E. (2001). *Ética. Historia Profes Home*. Retrieved August 7, 2022, from <https://historiprofeshome.files.wordpress.com/2019/05/adela-cortina-y-martinez-etica.pdf>
- Crane, A. & Matten, D. (2007): *Business Ethics (second edn.)*. Oxford University Press
- Etheredge, J. M. (1999): «The Perceived Role of Ethics and Social Responsibility: An Alternative Scale Structure». *Journal of Business Ethics*, nº 18. pp. 51-64.
- Freeman, R. E. (1984): *Strategic Management: A stakeholder approach*. Pitman Publishing Inc. Marshfield, MA.
- Hay, R. & Gray, E. (1974): «Social Responsibilities of Business Managers». *Academy of Management Journal*. March, pp. 135-143.
- Hunt, S., Wood, V. R. Y Chonko, L.B. (1989): «Corporate ethical values and organizational commitment in marketing», *Journal of Marketing*, 53, pp. 79-90.
- Joyner, B. E. & Payne, D. (2002): «Evolution and implementation: A study of Values, Business, Ethics and Corporate Social Responsibility». *Journal of Business Ethics*, nº 41, pp. 297-311
- Mears, P. & Smith, J. (1977): «The Ethics of Social Responsibility: A Discriminant Analysis». *Journal of Management*, vol. 3, nº 2, pp. 1-5.
- Ministerio para la transición ecológica y el reto demográfico. (2015, Septiembre). *Los diferentes tipos de responsabilidad social: del ámbito individual a las acciones gubernamentales*. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto



- Demográfico. Retrieved July 30, 2022, from <https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/carpeta-informativa-del-ceneam/novedades/tipos-responsabilidad-social.aspx>
- Mowday, R. T.; Steers, T. K.; Y Porter, L. W. (1979): «The measurement of organizational commitment», *Journal of Vocational Behaviour*, 14, pp. 224-247.
- Mullen, J. (1997): «Performance based corporate philanthropy: how giving smart can further corporate goals», *Public Relations Quarterly*, pp, 42-48.
- Muñoz, J. (2013). Business Ethics, Corporate Social Responsibility (CSR) and Creating Shared Value (CSV) . *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*. Retrieved August 10, 2022, from <https://gcgjournal.georgetown.edu/index.php/gcg/article/view/457>
- Palacios Florencio, B., Espasandín Bustelo, F., & García del Junco, J. (2018). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa: gestión, diagnóstico e impacto en la empresa*. Pirámide.
- Randall, D. M. (1987): «Commitment and the organization: the organization man revisited», *Academy of Management Review*, 12 (3), pp. 460-471.
- Rodríguez Ruiz, Ó., Fernández Menéndez, J., Ignacio Martín-Castilla, J. (2007, Diciembre). Percepción directiva de las relaciones entre responsabilidad social y ética empresarial. <http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/view/4425/4425>
- Ruiz, Ó. R., Menéndez, J. F., & Martín-Castilla, J. I. (2007). Percepción directiva de las relaciones entre responsabilidad social y ética empresarial. *Boletín económico de ICE*, (2927), 43-56.
- Significados. (2020, October 28). Tipos de ética: clasificación completa y explicada. Significados. Retrieved July 30, 2022, from <https://www.significados.com/tipos-de-etica/>
- Silos, J., Galiano, J. P., Trujillo, R. & Granda, G. (2008). INFORME FORÉTICA 2008. Forética. Retrieved August 10, 2022, from https://foretica.org/wp-content/uploads/publicaciones/informes-foretica/informe_foretica_2008.pdf
- Vitell, S. J. & Paolillo, J. G. P. (2004): «A crosscultural study of the antecedents of the perceived role of ethics and Social responsibility». *Business Ethics: A European Review*, vol. 13, nº 2/3, April/July, pp. 185-199



Vitell, S. J. & Davis, D. L. (1990): «The relationship between ethics and job satisfaction: an empirical investigation», *Journal of Business Ethics*, 9, pp. 489-494.