

Estudio sobre la **percepción de la ética** y la **RSE** en PYMES



SOBRE LOS AUTORES



Red Española

El Pacto Mundial (Global Compact) es una iniciativa internacional de Naciones Unidas que promueve la adopción de Diez Principios universalmente aceptados en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción, en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas. El Pacto Mundial de Naciones Unidas opera en España a través de la Red Española, que cuenta con más de 2.600 entidades adheridas, de las que 832 son pymes. La Red Española del Pacto Mundial es una de las primeras plataformas nacionales del Pacto Mundial y destaca por el tipo de herramientas y actividades dirigidas a difundir e impulsar la implantación de los Diez Principios del Pacto Mundial entre las entidades firmantes.



Dependiente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Pontificia Comillas, la Cátedra de Ética Económica y Empresarial es un foro de reflexión, debate e investigación sobre temas relacionados con la Ética Empresarial, la Responsabilidad Social de la Empresa y la Ciudadanía Empresarial; un punto de encuentro de académicos, empresarios, directivos y otros profesionales interesados en promover el liderazgo ético en las organizaciones, dentro de un contexto de economía global.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN- Pág. 4

EL ESTUDIO

- **METODOLOGÍA- Pág. 6**
- **DATOS DEL ESTUDIO- Pág. 7**

RESULTADOS- Pág.11

▪ **ÍNDICE ÉTICA Y RSE- Pág. 11**

- **LIDERAZGO- Pág. 12**
- **ELEMENTOS FORMALES E INFORMALES- Pág. 14**
- **VALORES Y CULTURA ETICA- Pág.17**
- **FORTALEZA DE LA CULTURA- Pág. 19**

ROL PERCIBIDO DE LA ÉTICA Y DE LA RSE- Pág. 21

MAPA DE VALORES- Pág. 27

GRADO DE IMPLANTACIÓN DE LA RSE- Pág. 31

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO- Pág. 34

RECOMENDACIONES PARA LAS PYMES- Pág. 35

BIBLIOGRAFÍA Pág. 36

INTRODUCCIÓN

Este estudio presenta los resultados de un proyecto de investigación realizado conjuntamente entre la Cátedra de Ética Económica y Empresarial de la Universidad Pontificia Comillas (ICADE) y la Red Española del Pacto Mundial con el objetivo de analizar las tendencias de Ética y RSE en la pequeña y mediana empresa.

Antecedentes

Este trabajo forma parte de un proyecto de investigación más amplio que se viene realizando en el marco de la Cátedra de Ética Económica y Empresarial de la Universidad Pontificia Comillas desde el año 2012.

La investigación en temas éticos y de responsabilidad social ha tomado en las últimas décadas un especial protagonismo (Kechiche y Soparnot, 2012) y más interés genera, si cabe, cuando se pone el foco en la pequeña y mediana empresa. En España, las pymes suponen el 99,9% del tejido empresarial, y generan el 73,3% de la creación de empleo (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2015). Además, la Unión Europea señala en su compendio de políticas nacionales para la Responsabilidad Social Corporativa la necesidad de prestar una especial atención a las pymes, tanto por sus características particulares, como por el impacto que un conjunto de prácticas más responsables y sostenibles en las pymes podría tener en el entorno social y económico de Europa (European Commission, 2014).

El compromiso de este tipo de entidades en iniciativas que promueven la sostenibilidad y fomentan la RSE ha ido aumentando con el paso de los años. En concreto, el número de pymes adheridas al Pacto Mundial en España ha sufrido un alto incremento **pasando de 58 entidades en 2005 a más de 800 a día de hoy**.

Esta alta representatividad de las pymes en el Pacto Mundial ha propiciado el desarrollo de diferentes proyectos y acciones dirigidos especialmente a estas empresas. Este estudio es un claro ejemplo de esas acciones que nos ayuda a entender mejor cómo las pymes están trabajando la RSE, cuál es el grado de implantación y de qué manera lo perciben los propios empleados de estas empresas.

Contenido

El estudio se divide en tres grandes capítulos. En el **primero** se describe la metodología y los datos de la muestra de empresas participantes.

En el **segundo** capítulo se presentan los resultados del estudio, desarrollando los diferentes aspectos analizados:

- Una panorámica general de la **Ética y RSE en las pymes** a través de indicadores relacionados con el liderazgo, los elementos de la infraestructura ética, los valores y la cultura ética.
- **El rol percibido** por los empleados de las pymes acerca de la Ética y la RSE y cómo éste influye en la cultura de la empresa.

- Un **mapa** de los **valores éticos** que más destacan en las pymes, así como el nivel de presencia de ciertos elementos que pueden reforzar la cultura ética en estas empresas.
- Y, por último, el grado de implantación de la RSE en las pymes.

En el **tercer** capítulo se detallan las conclusiones más relevantes del estudio, así como unas recomendaciones encaminadas a que las pymes puedan mejorar su infraestructura ética para que sea sólida y sostenible.



EL ESTUDIO

1. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo el presente estudio, se diseñó un cuestionario específico para investigar la percepción sobre la Ética y la RSE en las pymes, así como para recoger diferentes elementos y aspectos sobre sus valores y cultura ética. Se creó una página web para que las empresas pudieran responder este cuestionario. Una vez recopiladas las respuestas, se procedió a realizar un análisis descriptivo de los datos y algunos análisis cuantitativos de los mismos.

El cuestionario constaba de 50 preguntas agrupadas en tres grandes categorías, de acuerdo con los resultados de investigaciones previas:

1. **Perfil de la entidad**, para conocer las características de la muestra.
2. **Índice de Ética y RSE**, para medir los diferentes indicadores que permiten establecer una cierta cultura e infraestructura ética en las pymes. Los escogidos para la medición del índice han sido el liderazgo, los elementos formales e informales, los valores éticos y la fortaleza de la cultura.
3. **Percepción de la Ética y RSE** para analizar la percepción de los empleados de la pyme sobre el rol que juega la Ética y la RSE de la empresa.

INDICADORES CORRESPONDIENTES A:	REFERENCIAS UTILIZADAS
Índice de Ética y RSE	Kaptein, 2008
	García- Marza, Martí, y Ballester, 2010
	Duh, Belak y Milfelner, 2010
	Jondle, Ardichvili, y Mitchell, 2014
	Hunt, Wood, Chonko, 1989
	Morris y otros, 2002
	Fernández y Camacho, 2015
Percepción de la Ética y la RSE	Vitell, Ramos, y Nishihara, 2010
	Cortés y otros, 2012
	Godos- Díez, Fernández- Gallo, y Martínez- campillo, 2011
	Shafer, 2015

Tabla 1. Listado de referencias bibliográficas utilizadas en la elaboración del cuestionario.

2. DATOS DEL ESTUDIO

Una vez diseñado el cuestionario se creó una **microsite informativa** sobre el proyecto para que las empresas interesadas tuvieran toda la información relativa a la investigación que se quería abordar. Además, se habilitó un acceso específico tanto desde la microsite como desde la web de la Red Española del Pacto Mundial, para que las empresas pudieran completar el cuestionario de forma anónima. (<http://www.pactomundial.org/2015/07/conoces-como-tus-empleados-perciben-los-valores-eticos-y-de-rse-en-tu-pyme/>)



Acceso a la microsite informativa dentro de la página web de la Red Española del Pacto Mundial

El cuestionario se envió a un total de **787 pymes de 10 a 250 empleados**, firmantes y/o socios de la Red Española del Pacto Mundial.

Teniendo en cuenta que el objetivo de la investigación era medir la percepción de los **empleados** de las pymes en ética y RSE se diseñó una campaña para conseguir mayor participación.

La invitación a participar se realizó desde diferentes canales de comunicación, destacando, entre otros, mailing, web y redes sociales (Facebook y Twitter).

Los cuestionarios se completaron durante un periodo de 7 meses desde **julio de 2015 a febrero de 2016**.

En total se recibieron 160 cuestionarios completos de 74 empresas de los cuales se consideraron como válidos **148 respuestas, correspondientes a 65 empresas**. A todas las pymes socias de la

Red Española del Pacto Mundial que respondieron el cuestionario se les envió un **informe personalizado** con el análisis sobre cómo sus empleados percibían la cultura ética, los valores empresariales y el liderazgo en la empresa y la comparación con la media del resto de empresas participantes.

La información recogida a través de los cuestionarios ha sido tratada de manera **confidencial** en todo momento.

En el informe se incluye información sobre:

- Una panorámica general de la Ética y RSE en su empresa a través de indicadores de la acción de liderazgo, los elementos, valores y cultura ética.
- Los valores que destacan en su empresa
- Percepción de los valores vinculado al grado de implantación de la RSE en la Pyme
- El nivel de presencia de ciertos elementos que pueden reforzar la cultura ética en su empresa en comparación con otras empresas.
- El rol percibido en su empresa de la Ética y la RSE
- Su posición en relación a la fortaleza de los valores y la cultura en su empresa, en tanto que compartidos y apoyados por sus colaboradores.
- Incluye una comparación con la media



Información sobre el contenido del informe

Características de la muestra

De los datos recogidos en la encuesta, en el bloque de perfil de la entidad, se observa que, en relación al **tamaño** de las pymes participantes, el mayor número de respuestas recibidas corresponden a empresas de entre **25 y 100 empleados** lo que supone un **45% del total**.

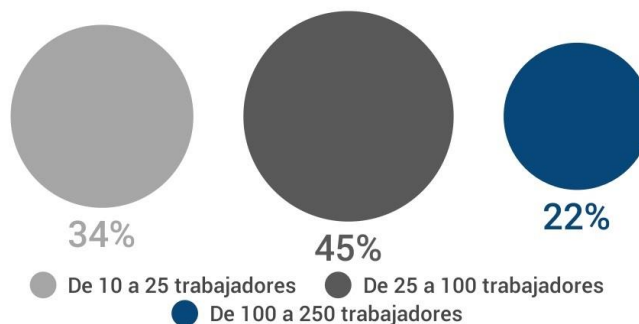


Gráfico 1. Distribución de las empresas que respondieron al cuestionario por número de empleados

Si comparamos este dato con la distribución de las pymes adheridas al Pacto Mundial según su número de empleados se deduce que el mayor número de pymes comprometidas con la iniciativa tienen también un tamaño medio de entre 25 y 100 empleados. Por lo tanto, la

distribución de las empresas que han respondido al cuestionario **es similar a la distribución del total** de las pymes adheridas la Red Española.

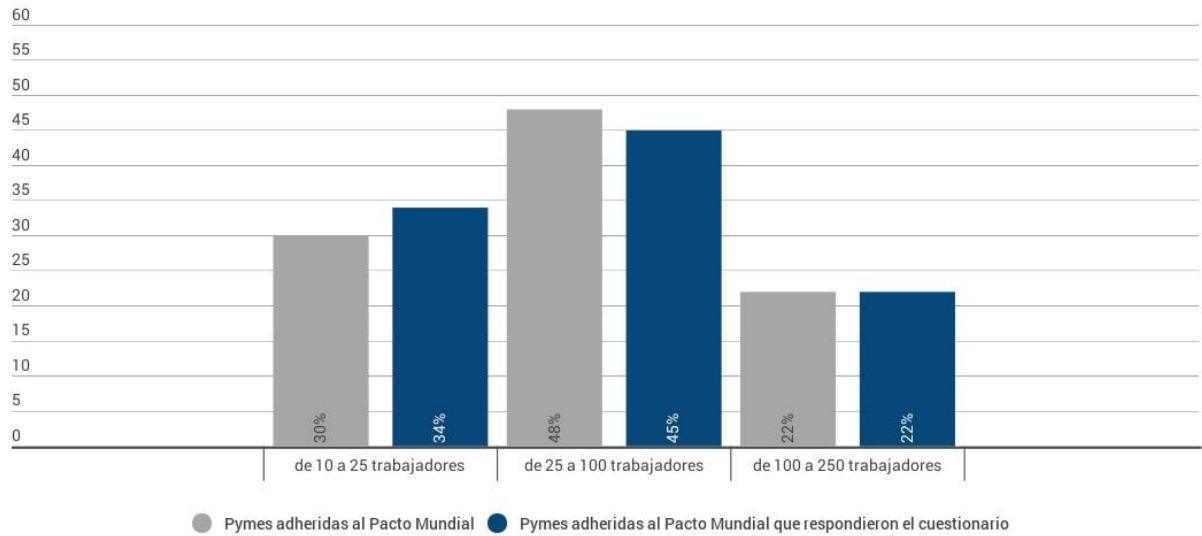


Gráfico 2. Comparación por número de empleados de la distribución de las pymes adheridas a la Red Española del Pacto Mundial (total vs empresas que han respondido el cuestionario)

En relación a la distribución por **sectores** de las pymes participantes, los más representativos son el de **Servicios**, con un 46%, seguido del de **Industria y Energía**, con un 34%

En el gráfico 3 se presenta la distribución por sectores de la muestra:

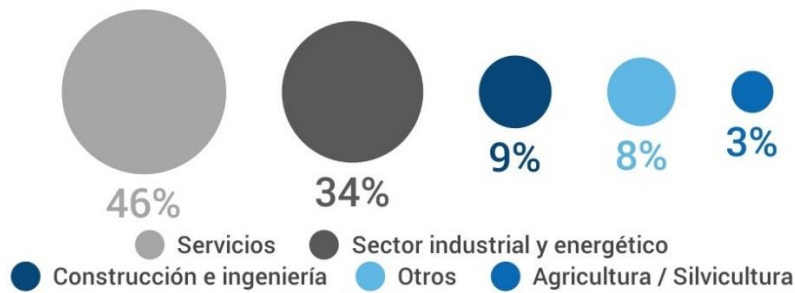


Gráfico 3. Distribución de las empresas que respondieron al cuestionario por sector de actividad

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, la distribución por sectores de la muestra es también parecida a la del total de pymes adheridas al Pacto Mundial, con alguna variación en relación a los sectores de Construcción e Ingeniería y sector Industrial y Energético.

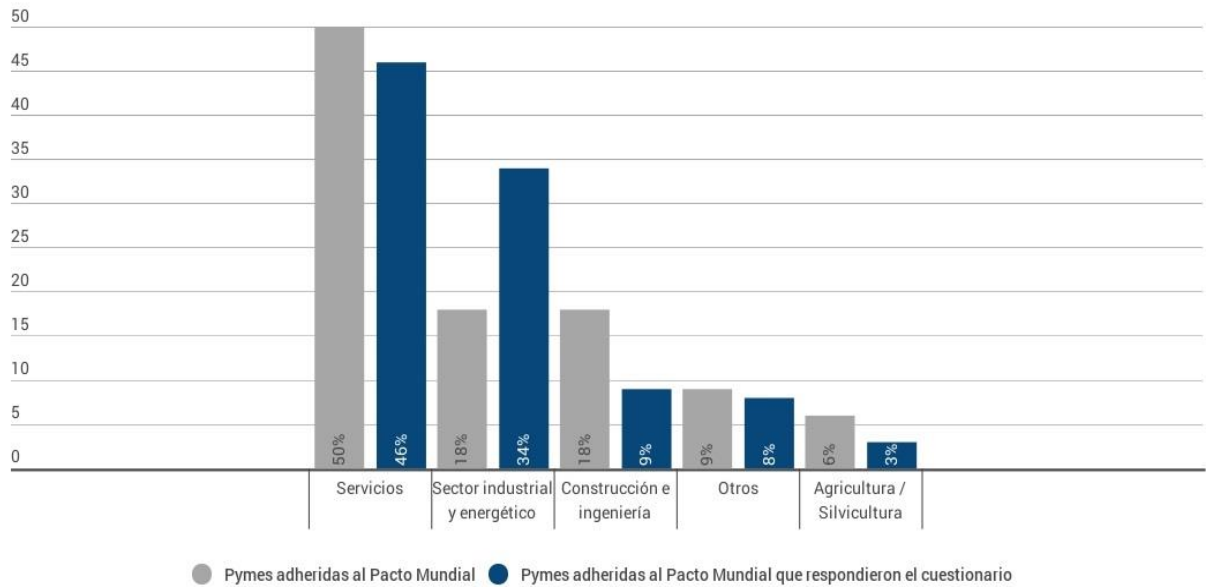


Gráfico 4. Comparación por sector de actividad de la distribución de las pymes adheridas a la Red Española del Pacto Mundial (total vs empresas que han respondido el cuestionario)

Por último, en el cuestionario se recogió la información relativa a la **antigüedad** de la empresa, así como los años de adhesión al Pacto Mundial.

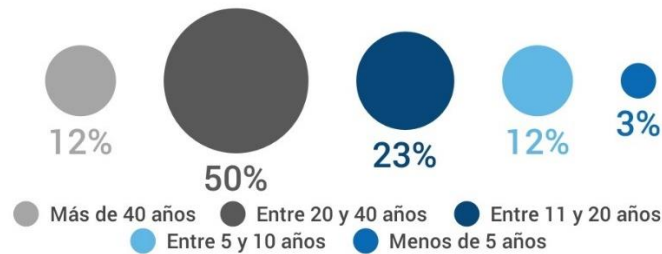


Gráfico 5. Antigüedad de la empresa

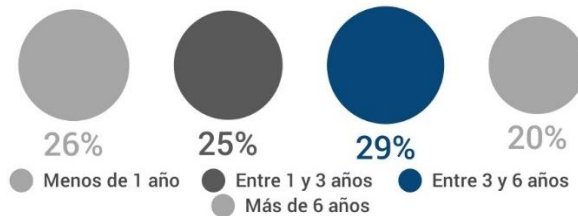


Gráfico 6. Antigüedad de la empresa en el Pacto Mundial

RESULTADOS

En esta segunda parte del estudio se presentan los resultados basados en el análisis de los diferentes elementos que permitirán conocer: cuál es la situación general de la Ética y RSE en las pymes, la percepción de los empleados acerca de la Ética y la RSE y, por último, el grado de implantación de la RSE.

1. ÍNDICE DE ÉTICA Y RSE

Con el objetivo de poder ofrecer **una panorámica general** de la situación de la Ética y la RSE en las pymes y extraer así conclusiones que ayuden a las empresas a mejorar en este ámbito, se ha confeccionado para este estudio un Índice de Ética y RSE. Este Índice tiene efectos meramente descriptivos y se mide entre una escala de 1 a 100. Se compone de **cuatro bloques** fundamentales: Liderazgo, Elementos, Valores Éticos y Cultura Fuerte.

LIDERAZGO

ELEMENTOS

VALORES ÉTICOS

CULTURA FUERTE



Si analizamos los datos generales del índice obtenemos los siguientes resultados:

MEDIA DEL ÍNDICE



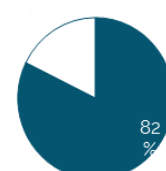
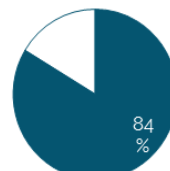
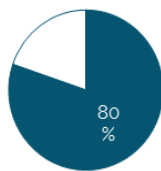
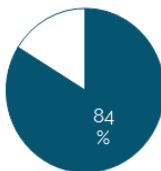
MEDIA POR BLOQUES DE INDICADORES

LIDERAZGO

ELEMENTOS

VALORES ÉTICOS

CULTURA FUERTE



El resultado del Índice de Ética y RSE, así como de los diferentes componentes que lo integran, es elevado. Los resultados son algo mejores para las **empresas más pequeñas** (de 10 a 25 empleados). En general los aspectos mejor valorados son **el liderazgo y los valores y cultura ética de la empresa**.

En las siguientes páginas se presentan los resultados obtenidos para cada uno de estos bloques, así como una indicación de los principales **puntos fuertes** detectados y, en algunos casos, **áreas de mejora** identificadas.

Cabe mencionar que, a la hora de presentar los resultados de cada bloque, se ha tenido en cuenta tanto la media de todas las empresas participantes como la **media agrupada por tamaño** y por **antigüedad** en el Pacto Mundial, para poder explorar si estos factores tienen influencia.



1.1 LIDERAZGO

En diversos estudios (Tenbrunsel, Smith-Crowe, y Umphress, 2003; Fernández y Camacho, 2015) se han analizado e identificado diferentes elementos que parecen contribuir a establecer una infraestructura ética en las empresas. Se trata de ciertos elementos que estarán dirigidos a establecer y mantener un cierto **clima y cultura éticos**. Dada la importancia que tiene el papel del fundador, propietario o gestor, en este tipo de empresas, existen unos elementos propios relacionados con la acción de liderazgo (Duh, Belak, y Milfelner, 2010), que se recogen en la siguiente tabla:

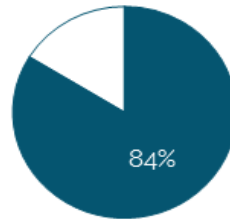
Elementos relacionados con la acción de liderazgo
Dar ejemplo
Establecer expectativas y criterios claros. Se espera una conducta ética en todos los niveles
Accesibilidad
Asistencia a jornadas y/o formación específica
Responsabilidad y realismo a la hora de establecer objetivos
Se tienen en cuenta las expectativas e intereses de los empleados

Elementos relacionados con el liderazgo que contribuyen a establecer una infraestructura ética (Fernández y Camacho, 2015)

En el cuestionario se incluyeron preguntas para valorar la mayor o menor presencia de estos elementos en las empresas participantes. En base a ello, se ha calculado la **valoración del liderazgo** en el Índice de Ética y RSE y los resultados obtenidos son los siguientes:



LIDERAZGO



El bloque de liderazgo ha obtenido una puntuación media de 84%. Esta alta puntuación refuerza la idea de que el liderazgo es un componente clave para la creación de una infraestructura ética sólida, aunque, como concluiremos más adelante, no es el único y no puede valorarse de forma independiente, sino con el resto de indicadores del Índice de Ética y RSE.

Si analizamos los datos por **tamaño** de empresa, vemos que empresas **más pequeñas** (entre 10 y 25 empleados) obtienen mejores resultados (**87%**), lo que parece lógico, ya que, a menor tamaño de la empresa, mayor impacto y cercanía suele existir con el máximo cargo de la empresa.



Gráfico 7.1. Puntuación de las empresas en la acción de liderazgo en temas éticos clasificadas por número de empleados

Por **antigüedad** en el Pacto Mundial las que valoran con alta puntuación el liderazgo dentro de su empresa son las que llevan más años adheridas. La **influencia** de la antigüedad en el Pacto Mundial es **positiva** en este sentido.

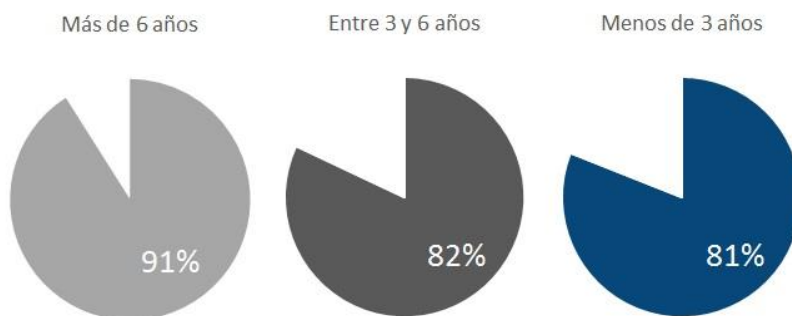


Gráfico 7.2. Puntuación de las empresas en la acción de liderazgo en temas éticos clasificadas por antigüedad en el Pacto Mundial

Tras la evaluación de los valores generales, es importante destacar cuáles han sido los tres indicadores, utilizados para el cálculo del liderazgo, que han obtenido mejor valoración por parte de las entidades encuestadas:

- Los responsables esperan una conducta ética a todos los niveles (4,58 sobre 5)
- Los responsables de la empresa son muy accesibles (4,46 sobre 5)
- Los responsables dan ejemplo de integridad personal (4,17 sobre 5)

Como posibles **áreas de mejora**, se puede mencionar la necesidad de tener más en cuenta las **expectativas e intereses de los empleados** (3,80 sobre 5). Por otro lado, habría que aumentar las acciones formativas en temas específicos de Ética y RSE a los responsables de las empresas, ya que solo un 35% dice haber recibido formación específica en estas materias.

1.2 ELEMENTOS FORMALES E INFORMALES

Como se ha indicado anteriormente, existen elementos dirigidos a establecer y mantener un cierto clima y cultura éticos. Se puede distinguir entre elementos **formales** y elementos **informales** y además se pueden diferenciar por el objetivo funcional que persiguen: **gestión** y **comunicación**. Se puede establecer una cierta prevalencia de los elementos, siendo los que más presencia tienen en las pymes los elementos informales de gestión y los elementos formales de comunicación. Hay que considerar además que la mayoría de estos elementos deben aplicarse de forma continuada, ya que tanto el desarrollo de una cultura y de un clima ético, como posibles cambios en estos requieren de un plazo de tiempo relativamente largo. Esto implica también que las acciones o remedios rápidos y superficiales no sean efectivos, sino más bien al contrario: pueden tener un efecto negativo y restar consistencia a la infraestructura ética de la empresa (Treviño y Nelson 2007).

Siguiendo este hecho y para medir su contribución a la cultura y clima ético, se incluyeron en el cuestionario los siguientes elementos que las entidades debían valorar:

ELEMENTOS INFORMALES DE GESTIÓN	ELEMENTOS FORMALES DE COMUNICACIÓN
Normas de comportamiento informales / no escritas	Códigos, memorias e informes
Flexibilidad y conciliación	Transparencia de la información
Reuniones regulares (aunque sean informales)	
Selección de personal	
Participación de los empleados	
Se tienen en cuenta las expectativas e intereses de los empleados	

Los **resultados** obtenidos fueron los siguientes:



El bloque de elementos éticos ha obtenido una valoración media del **80%**, dato algo inferior al obtenido en el bloque de liderazgo. A pesar de ello, la valoración sigue siendo alta y, por tanto, los elementos formales e informales analizados efectivamente contribuyen a crear un clima ético.

Si el análisis lo realizamos en función del tamaño de la empresa, se puede apreciar que apenas existen diferencias entre las valoraciones obtenidas, por lo que no condiciona las respuestas.

Sin embargo, la antigüedad de las entidades en Pacto Mundial sí modifica ligeramente las respuestas. Las pymes que llevan **más años** como firmantes de Pacto Mundial presentan una **mejor valoración** de los elementos formales e informales que las entidades que se han sumado a la iniciativa recientemente (89% vs 75%, respectivamente).



Gráfico 8.1. Puntuación de las empresas sobre la presencia de elementos formales e informales clasificadas por número de empleados

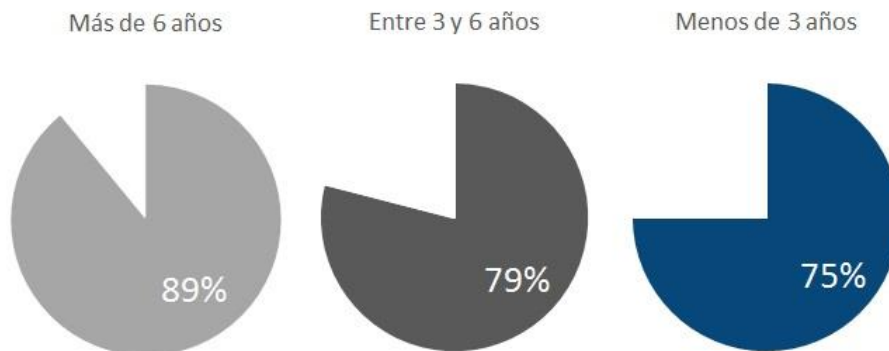


Gráfico 8.2. Puntuación de las empresas sobre la presencia de elementos formales e informales clasificadas por antigüedad en el Pacto Mundial

Si analizamos la valoración individual que las entidades han realizado de los diferentes elementos que componen este bloque, podemos destacar que los 3 más valorados son:

- Existen normas de gestión y comportamiento, sean escritas o no. (4,43 sobre 5)
- Existe un proceso de selección de personal claro, aunque puede ser escrito o no. (4,09 sobre 5)
- En las empresas se realizan reuniones de manera regular (formales o informales) donde se comparte la información sobre la marcha de la compañía. (4,01 sobre 5)

En relación con el elemento mejor valorado, relativo a la existencia de normas de gestión y comportamiento, cabe señalar que un porcentaje elevado de las empresas que han respondido al cuestionario disponen de un código de conducta, código ético o similar, como se muestra en el gráfico 9.1, lo que puede justificar el buen dato obtenido. El dato (72,4%) se hace especialmente relevante en el caso de las empresas pequeñas (de 10 a 25 empleados), donde no suele ser frecuente disponer de este tipo de herramientas.

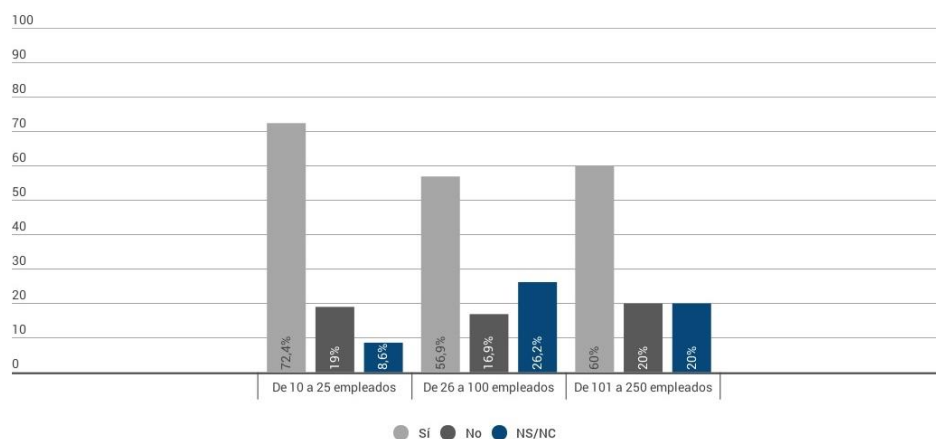


Gráfico 9.1. Porcentaje de empresas que han respondido al cuestionario que tienen código de conducta, un código ético o similar clasificadas por número de empleados

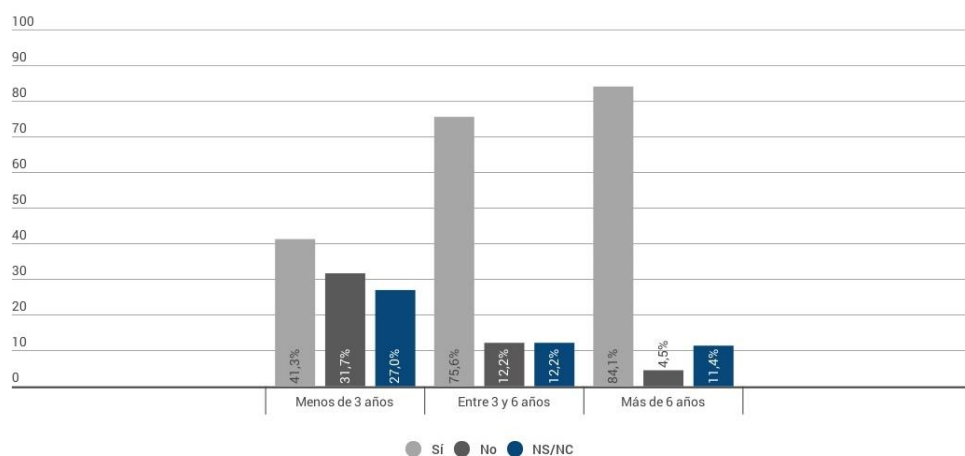


Gráfico 9.2. Porcentaje de empresas que han respondido al cuestionario que tienen código de conducta, un código ético o similar clasificadas por antigüedad en el Pacto Mundial

Este resultado es elevado y puede relacionarse con el hecho de que el Pacto Mundial sensibiliza y forma a sus entidades firmantes para que incorporen políticas escritas en la empresa como parte de su proceso de implantación de la RSE, siendo el código ético una de las primeras políticas que se recomienda implantar.

Como elemento menos valorado figura la participación del empleado (3.71 sobre 5). Este elemento puede constituir un área de mejora a tener en cuenta por las pymes ya que, a pesar de que se valore positivamente las reuniones regulares y la información compartida -lo cual podría considerarse una forma de participación del empleado en la entidad-, el resultado que de la encuesta dice lo contrario. Es posible que una mejora de las acciones de comunicación contribuya a mejorar las futuras valoraciones del elemento.

1.3 VALORES Y CULTURA ÉTICA

El tercer bloque del índice estudia los valores y la cultura ética. Los valores de las empresas son sin duda fundamentales para la constitución de una cultura ética ya que establecen los estándares de comportamiento por los que se regirá la organización (Lee y otros, 2005). La cultura de una empresa se puede definir como “un patrón de asunciones básicas compartidas, que el grupo ha aprendido a medida que ha ido solucionando sus problemas de adaptación externa e integración interna; que han funcionado suficientemente bien para ser consideradas válidas y para, por tanto, ser enseñadas a nuevos miembros como el modo correcto de percibir, pensar y sentir en relación a esos problemas” (Schein 1992, p 12). La cultura tiene un impacto en cómo sus empleados van a afrontar una situación con un cierto componente ético o moral, y en el proceso de toma de decisión a este respecto.

Partiendo de esta importante premisa, y para poder evaluarlos, en este apartado se incluyeron cuestiones relativas a los siguientes aspectos:

VALORES Y CULTURA ÉTICA
Para tener éxito en la empresa, con frecuencia es necesario cuestionarse la ética personal.
Los máximos responsables de la empresa han dejado muy claro que los comportamientos no éticos no se toleran.
Si se descubre que un responsable de la empresa ha tenido un comportamiento no ético que ha resultado en su beneficio personal (más que en beneficio de la empresa), será sancionado inmediatamente.
Si se descubre que un responsable de mi empresa ha tenido un comportamiento no ético que ha resultado en el beneficio de la empresa (no en su beneficio personal), será sancionado inmediatamente.
La empresa busca construir relaciones de confianza y respeto con sus stakeholders (clientes, proveedores, empleados, accionistas, comunidad, etc.).
La empresa intenta mantener un equilibrio entre obtener beneficios y la necesidad de entregar valor a sus clientes.

Los resultados obtenidos de la valoración de los anteriores aspectos han sido los siguientes:



Los valores y cultura ética han obtenido un dato medio de 84%. Este dato sigue la sintonía de los obtenidos en los bloques anteriores, siendo un valor alto.

En relación a los datos obtenidos en función del tamaño de las pymes encuestadas, como ocurría en los bloques anteriores, la diferencia es casi inapreciable, posicionándose las pymes más pequeñas con una ligera mejor valoración (86%).

Tampoco la antigüedad como firmantes del Pacto Mundial marca en este bloque una diferencia apreciable. Las entidades con mayor antigüedad presentan mejores resultados, pero la diferencia es poco significativa (87%).



Gráfico 10.1. Puntuación de las empresas sobre los valores y la cultura ética clasificadas por número de empleados

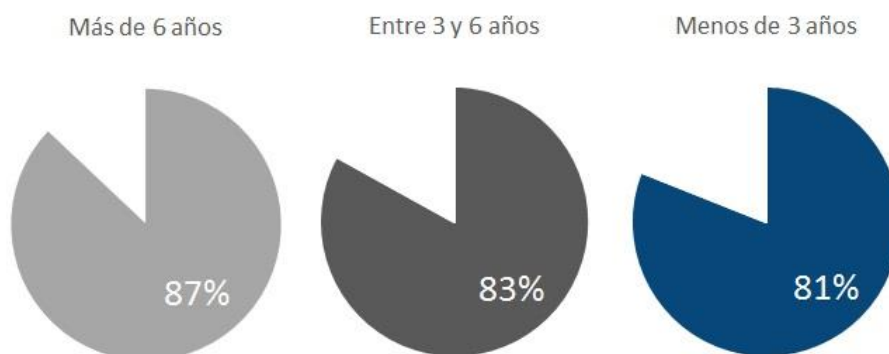


Gráfico 10.2. Puntuación de las empresas sobre los valores y la cultura ética clasificadas por antigüedad en el Pacto Mundial

Tras analizar los tres aspectos que han obtenido mejor valoración del listado que las entidades tenían que valorar, los resultados han sido los siguientes:

- La empresa busca construir relaciones de confianza y respeto con sus stakeholders (clientes, proveedores, empleados, accionistas, comunidad, etc.). (4,9 sobre 5)
- La empresa intenta mantener un equilibrio entre obtener beneficios y la necesidad de entregar valor a sus clientes. (4,41 sobre 5)
- Los máximos responsables de la empresa han dejado muy claro que los comportamientos no éticos no se toleran. (4,25 sobre 5)

Cómo área de mejora se puede mencionar el no tener que sacrificar la ética personal para poder tener éxito en la empresa (3,79 sobre 5).

1.4 FORTALEZA DE LA CULTURA

Por último, como cuarto bloque que constituye el Índice de Ética y RSE, se evalúa la fortaleza de la cultura. La existencia de una cultura fuerte y un equipo cohesionado son factores que tienen una influencia importante en la infraestructura ética de la empresa (Fernández y Camacho, 2015) y se consigue cuando existe una sintonía entre los valores de la empresa y los procesos que realiza y cuando los valores son aceptados y compartidos por la mayoría de los empleados. Por ello, estos han sido algunos de los criterios utilizados para la obtención de datos en este apartado:

FORTALEZA DE LA CULTURA

El día a día de los procesos y funciones de la empresa refleja los valores de la organización.

Los valores y normas son aceptados por todos los empleados y colaboradores.

Los empleados de la empresa comparten los mismos valores y normas.

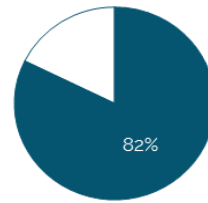
La cultura de la empresa está muy en sintonía con el resto de sistemas y procesos de la empresa.

La cultura de la empresa está en armonía con el entorno donde desarrolla su actividad.

Los resultados que hemos obtenido han sido los siguientes:



CULTURA FUERTE

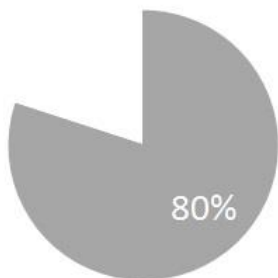


La media de la fortaleza de la cultura nos da un resultado de 82%. Sigue en la misma línea y prácticamente con la misma valoración media que los elementos anteriores.

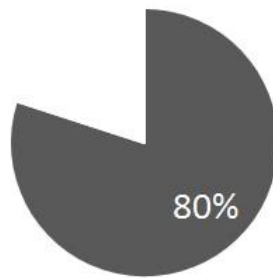
Lo mismo ocurre con los datos diferenciados por tamaño de empresa. Siguen la misma tendencia que en bloques anteriores sin apreciarse diferencias en función del tamaño.

En cambio, al analizar los datos en función la antigüedad como firmante de Pacto Mundial sí apreciamos diferencias notables. Las entidades con más antigüedad presentan un mejor resultado (90,2%) en cuanto a la fortaleza de la cultura. Como ya adelantábamos en el bloque de elementos formales e informales, Pacto Mundial recomienda a las empresas establecer políticas escritas que recojan los valores de las empresas ya que ayuda a alinear y compartir los valores de la organización con todos sus grupos de interés lo que contribuye a crear una cultura fuerte.

De 101 a 250 empleados



De 26 a 100 empleados



De 10 a 25 empleados

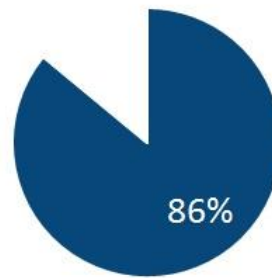


Gráfico 11.1. Puntuación de las empresas sobre la fortaleza de la cultura clasificadas por número de empleados

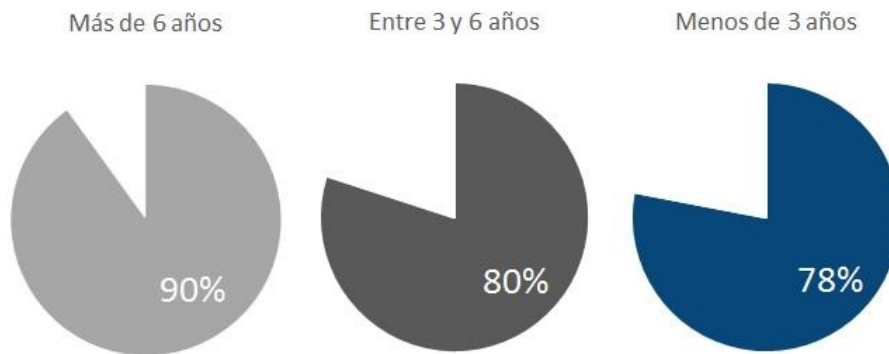


Gráfico 11.2. Puntuación de las empresas sobre la fortaleza de la cultura clasificadas por antigüedad en el Pacto Mundial

Si analizamos las repuestas que han dado las pymes a ceca de la fortaleza de la cultura, tenemos que los 3 aspectos más valorados son:

- Los valores y normas son aceptados por todos los colaboradores (4,23 sobre 5)
- Los procesos y funciones reflejan los valores de la empresa (4,15 sobre 5)
- Los valores y normas son compartidos por todos los colaboradores (4,13 sobre)

RELACIÓN ENTRE LOS ELEMENTOS DEL ÍNDICE DE ÉTICA Y RSE

Relación entre valores y cultura

A continuación, se presenta un gráfico donde se relaciona el nivel de los valores éticos de la empresa y el grado de fortaleza de la cultura.

Por un lado, se muestra el índice calculado en base a los valores y la cultura ética de la empresa, considerando aspectos tales como la penalización de comportamientos no éticos, el equilibrio entre los beneficios y el valor a los clientes, la relación entre éxito en la empresa y valores personales, etc. Por otra parte, se muestra el nivel de fortaleza de la cultura. Una cultura fuerte contribuye a una mayor eficacia de los elementos que contribuyen a la construcción de la infraestructura ética, a la transmisión efectiva de los valores de la empresa, y al mantenimiento de la cultura.

En el gráfico se muestra la nube de puntos azules que corresponde a las puntuaciones de las diferentes empresas y el cuadrado verde que corresponde a la media de las empresas participantes. Se puede deducir que la mayoría de los casos, las empresas conjugan unos valores éticos “altos” con un nivel de



cultura “fuerte”, lo que redundaría en el mantenimiento de dicha cultura, de cara a cambios a en el entorno, nuevas incorporaciones de personal, etc.

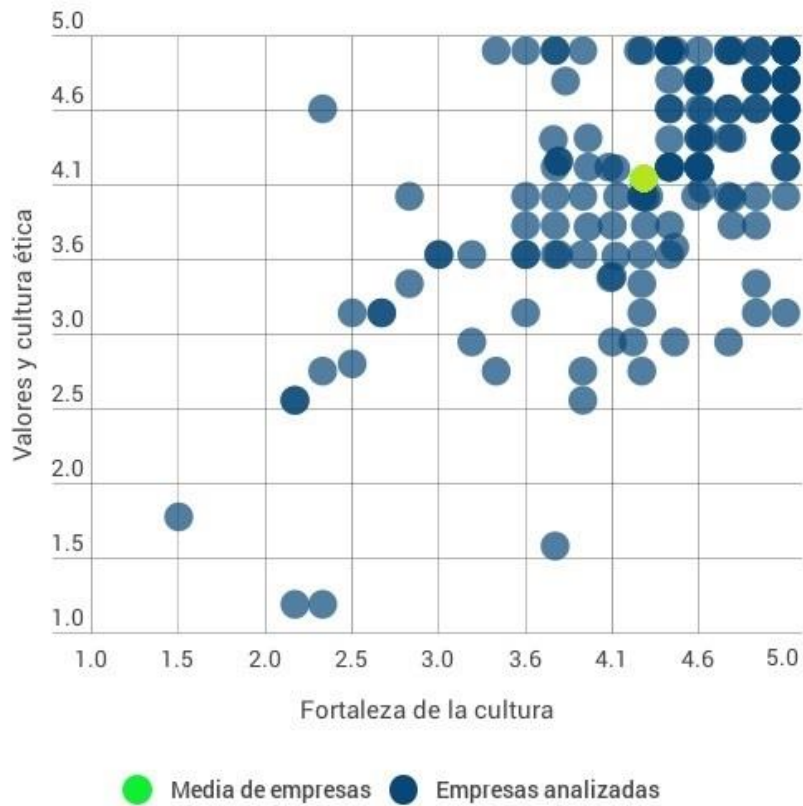
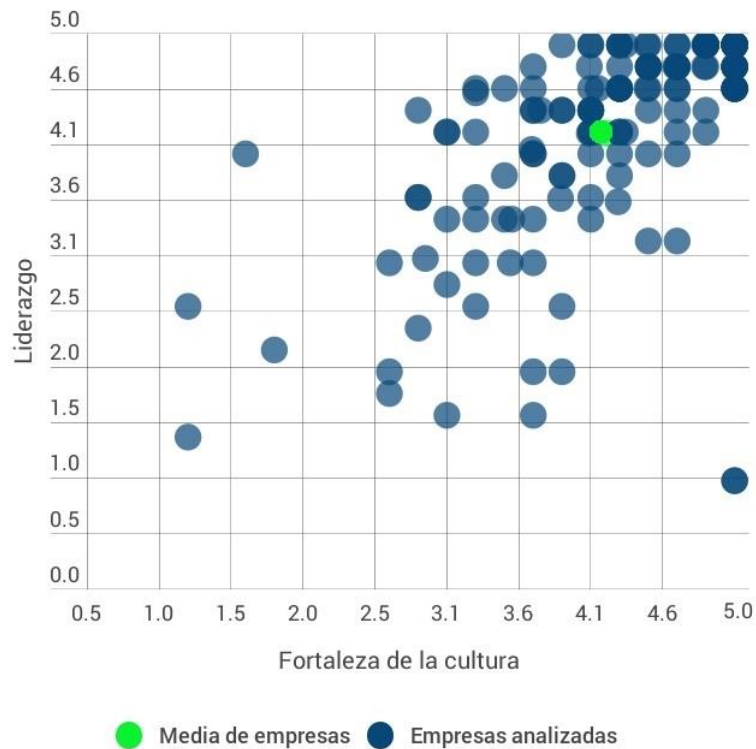


Gráfico 12. Representación del nivel de valores y cultura ética de las empresas frente a la fortaleza de la cultura

Relación entre Liderazgo y Cultura

A continuación, se presenta el gráfico donde se relaciona el nivel de los elementos de liderazgo y el grado de fortaleza de la cultura.

De los datos se puede deducir que hay un gran número de empresas que consideran el liderazgo y la cultura fuerte como dos elementos clave para crear y mantener una cultura ética en la empresa. Por otro lado, se refleja una dispersión en las respuestas de varias empresas lo que provoca que la media, a pesar de alta (4,1/5), se vea afectada.



4. ROL PERCIBIDO DE LA ÉTICA Y DE LA RSE

Para medir la **percepción** de los empleados de la pyme sobre el rol que juega **la Ética y la RSE** en la empresa se ha utilizado una escala denominada **PRESOR** (Perceived Role of Ethics and Social Responsibility). Esta escala está compuesta por una serie de preguntas que abordan cuestiones relativas a la percepción de la Ética y la Responsabilidad Social de la empresa en relación con otros aspectos, tales como la **rentabilidad**, la **supervivencia** de la empresa, el corto y el largo plazo, los propietarios, la eficiencia, etc. (Singhapakdi y otros, 1995; Singhapakdi y otros, 1996).

Esta escala ha permitido analizar cómo perciben los empleados de una empresa la importancia relativa de la Ética y la Responsabilidad Social de la empresa, en relación a los objetivos y modo de hacer de la organización. Habitualmente esta escala proporciona una medida en dos ejes (Etheredge, 1999; Godos-Díez, Fernández-Gago, y Martínez-Campillo, 2011). El análisis de los datos proporcionados por las empresas participantes arroja dos dimensiones, que se pueden definir como **“Importancia de la Ética y la RSE”** y **“Subordinación de la Ética y la RSE”**.

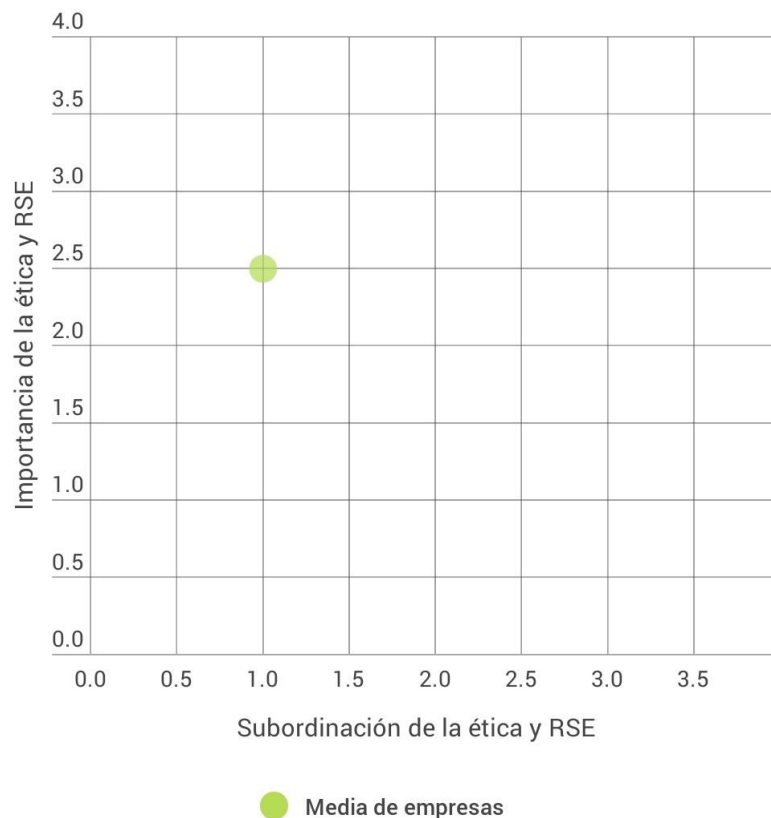


Gráfico 13. Posicionamiento medio de la empresa en relación al rol percibido de la Ética y la RSE

Estas dos dimensiones opuestas entre sí revelan, por un lado, que los empleados que han valorado más positivamente la **“Importancia de la Ética y la RSE”** creen que las cuestiones éticas y de RSE priman por encima del beneficio y la supervivencia de la empresa. Algunas de las cuestiones consideradas por los empleados han sido:

- Comportarse de forma ética y socialmente responsable es lo más importante que puede hacer una empresa.
- La ética y la responsabilidad social de una empresa son esenciales para su rentabilidad a largo plazo.
- La eficacia de una empresa se puede determinar, en gran medida, por su comportamiento ético y socialmente responsable.
- La responsabilidad social empresarial y la rentabilidad pueden ser compatibles.
- La ética en los negocios y la responsabilidad social son aspectos claves para la supervivencia de una empresa.
- La prioridad principal de una empresa debe ser la motivación de los empleados.
- Las empresas tienen una responsabilidad social más allá de la obtención de beneficios.

- Con frecuencia la ética resulta un buen negocio.

Y por otro que los empleados que han valorado con una nota más alta dimensión de **“Subordinación de la Ética y RSE”**, representada en el eje horizontal, creen que la supervivencia de la empresa prima sobre las cuestiones éticas. Algunas de las cuestiones consideradas por los empleados han sido:

- La preocupación más importante para una empresa es obtener beneficios, incluso aunque esto suponga forzar o saltarse las normas.
- Para ser competitivas en un entorno global, las empresas tendrán que despreocuparse de la ética y la Responsabilidad Social Empresarial.
- Si está en juego la supervivencia de la empresa, se deben dejar de lado la Ética y la Responsabilidad Social.
- Para una empresa, la eficiencia es mucho más importante que el ser percibida como ética y socialmente responsable.
- Si los accionistas se muestran descontentos, lo demás carece de importancia.

De este modo, se puede obtener la posición relativa de la percepción de cada empleado en relación a estos dos ejes. En el siguiente gráfico se reflejan los resultados de todas las empresas participantes en relación a las dos dimensiones identificadas. Los círculos azules reflejan la posición de las diferentes empresas y el círculo verde, la media de las empresas participantes.

La interpretación de este gráfico indica que cuanto más arriba y a la izquierda, mayor importancia le conceden los empleados al rol que tiene la Ética y la RSE en la empresa. Mientras que, cuanto más abajo y a la derecha, los empleados consideran que la Ética y la RSE deben subordinarse a otros aspectos, como los resultados de la empresa, los intereses de los accionistas, etc.

La posición de las empresas en general apunta a una mayor importancia concedida a la Ética y la RSE frente a otros objetivos y aspectos de la empresa. A esto debe contribuir sin duda el papel informador y de concienciación que desarrolla la Red Española del Pacto Mundial.

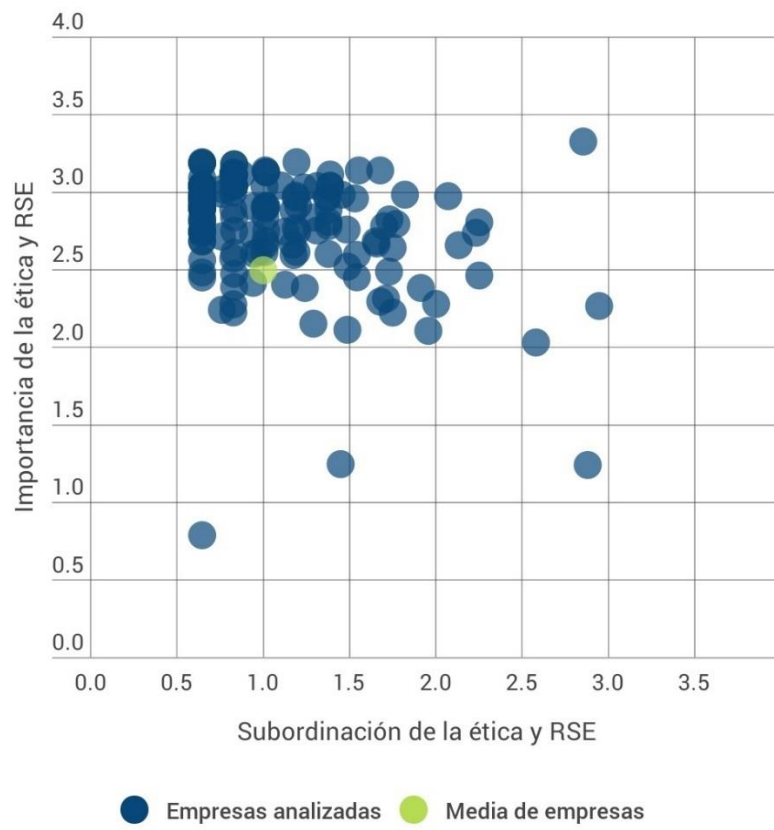


Gráfico 14. Posicionamiento de las empresas en relación al rol percibido de la Ética y la RSE

5. MAPA DE VALORES

A lo largo del estudio, se ha resaltado el hecho de que los valores son un punto fundamental que afectan a la cultura y clima ético de la empresa. Tanto en el bloque de valores y cultura ética como en la fortaleza de la cultura, dos de los cuatro bloques que conforman el índice de Ética y RSE, se ha hablado de ellos y se han convertido en protagonistas de las preguntas que las empresas tenían que contestar para valorarlos. Por ello, un apartado del cuestionario se ha reservado para que las entidades indicaran cuáles son los tres valores que consideran principales en su empresa, de entre estas diez alternativas:

ELEMENTOS INFORMALES DE GESTIÓN
EXCELENCIA: Búsqueda de una mejora continua
HONESTIDAD: Rectitud en la acción y toma de decisiones
RESPONSABILIDAD: Respuesta frente a las necesidades
ENTORNO: Preocupación por el medio ambiente
COMPROMISO: Contribución y corresponsabilidad
DIGNIDAD: Respeto y corresponsabilidad
TRANSPARENCIA: Veracidad y accesibilidad interna y externa a la información
DIÁLOGO: Promover la participación y el consenso
CREDIBILIDAD: Confianza en las expectativas puestas en la empresa
INTEGRIDAD: Coherencia entre lo que se dice y se hace

En el siguiente gráfico se presentan los porcentajes de respuestas:

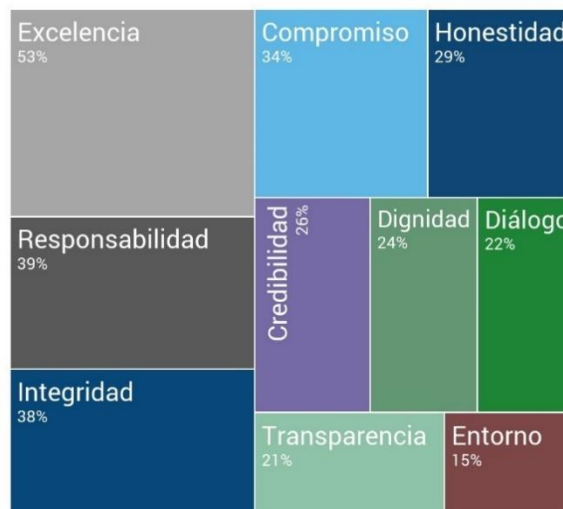


Gráfico 15.1. Valores destacados por las empresas participantes



Gráfico 15.2. Valores destacados por las empresas participantes con menos de 3 años de antigüedad en el Pacto Mundial



Gráfico 15.3. Valores destacados por las empresas participantes entre 3 y 6 años de antigüedad en el Pacto Mundial



Gráfico 15.4. Valores destacados por las empresas participantes con más de 6 años de antigüedad en el Pacto Mundial

Como se puede observar en el gráfico 15.1, los valores más destacados por las empresas son:

- **EXCELENCIA:** búsqueda de una mejora continua (53% de las respuestas)
- **RESPONSABILIDAD:** respuesta frente a las necesidades (39% de las respuestas)
- **INTEGRIDAD:** coherencia entre lo que se dice y se hace (38% de las respuestas)

Estos datos nos permiten realizar algunas reflexiones:

En **primer lugar**, el valor más destacado es la **excelencia (53%)**, lo que indica que las empresas firmantes de Pacto Mundial, además de mostrar una cierta sensibilidad hacia los temas éticos y de RSE, están firmemente orientadas hacia la búsqueda de una mejora continua.

En **segundo lugar**, nos encontramos el valor de la **responsabilidad (39%)**, el cual hace referencia a la respuesta frente a las necesidades. Las entidades que incorporan a su gestión aspectos de responsabilidad social buscan conocer cuáles son las necesidades de sus grupos de interés y tratan de establecer políticas y acciones que las cubran.

En **tercer lugar**, nos encontramos el valor de **integridad (38%,)** relativo a la coherencia entre lo que se dice y se hace. Las entidades firmantes de Pacto Mundial se comprometen públicamente con el respeto de sus Diez Principios. Es por ello que este valor puede situarse como uno de los tres más valorados. Una vez que se firma el compromiso, las entidades deben ser coherentes y empezar a gestionar su entidad respetando el compromiso adquirido.

Si analizamos los valores que han obtenido peor puntuación, sorprende encontrarse la preocupación por el medio ambiente entre ellos. Cuando la RSE aterrizó en el panorama empresarial, las organizaciones solían relacionar el concepto con el cuidado del medioambiente. Es importante conocer que las empresas responsables empiezan a considerar el medioambiente como un elemento más a tratar dentro de la incorporación de la RSE en la gestión de la empresa y no como el elemento primordial. En este proceso, Pacto Mundial ha tenido un papel importante ya que forma y sensibiliza por igual en materia de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y lucha contra la corrupción, las cuatro áreas en las que se dividen sus Diez Principios.

Es importante destacar también que los valores relacionados con la **comunicación**, tales como la transparencia, el diálogo e incluso la credibilidad, resultan **poco valorados**. Desde este punto de vista y como ya se avanzaba en el estudio, las empresas deberían plantearse mejorar las acciones de comunicación tanto interna como externa. Este es un aspecto recogido ya por otras investigaciones (Baumann-Pauly y otros, 2013) en relación a la necesidad de las pymes de reforzar la comunicación de sus actividades, relaciones públicas y reporting. La Red Española del Pacto Mundial puede ayudar a las entidades en este proceso mediante sus herramientas de reporting que permiten a las pymes elaborar Informes de Progreso con los que comunicar sus avances en materia de RSE a sus grupos de interés.

Resulta interesante realizar el anterior análisis diferenciando entre los años de **antigüedad** de las pymes encuestadas como firmantes de la iniciativa. Se observa que existen diferencias entre los valores seleccionados. Observamos los valores de las entidades que se han adherido recientemente, se obtienen los siguientes resultados:

- **EXCELENCIA:** búsqueda de una mejora continua (60% de las respuestas)
- **INTEGRIDAD:** coherencia entre lo que se dice y se hace (43% de las respuestas)
- **CREDIBILIDAD:** Confianza en las expectativas puestas en la empresa (37% de las respuestas)

Coinciden en valorar positivamente la excelencia y la integridad, pero se suma un nuevo valor respecto a la media: la credibilidad. Para las empresas de reciente adhesión, es importante la confianza en las expectativas puestas en la empresa.

Si continuamos el análisis de las entidades que llevan entre 3 y 6 años, tenemos los siguientes valores:

- **RESPONSABILIDAD:** respuesta ante las necesidades (44% de las respuestas)
- **COMPROMISO:** contribución y corresponsabilidad (39% de las respuestas)
- **EXCELENCIA:** búsqueda de una mejora continua (34% de las respuestas)

Comparten los valores de excelencia y responsabilidad e incorporan esta vez el compromiso como valor a destacar. Las empresas que ya llevan unos años como firmantes del Pacto Mundial valoran el compromiso adquirido con la iniciativa, situando este valor en segundo lugar.

Finalmente, si analizamos los valores seleccionados de las entidades que llevan más de 6 años como firmantes de Pacto Mundial, observamos que coinciden con los valores medios:

- **EXCELENCIA:** búsqueda de una mejora continua (61% de las respuestas)
- **RESPONSABILIDAD:** respuesta frente a las necesidades (39% de las respuestas)
- **INTEGRIDAD:** coherencia entre lo que se dice y se hace (36% de las respuestas)

Para estas entidades el compromiso quedaría en cuarto lugar. Esta valoración puede deberse al hecho de que el compromiso está completamente integrado en la gestión diaria de la empresa y no lo consideran como un aspecto independiente a valorar. El valor de la credibilidad, importante para las entidades de reciente creación, queda en las últimas posiciones para las empresas con mayor antigüedad. Este aspecto, podemos concluir que toma poca importancia cuantos más años están las empresas como firmantes de la iniciativa, principalmente porque la credibilidad de la empresa ante la RSE y sus grupos de interés queda probada.

6. GRADO DE IMPLANTACIÓN DE LA RSE

Uno de los aspectos clave que pueden contribuir a mantener la sostenibilidad de la infraestructura ética en la empresa es la formalización de los procedimientos y políticas de ésta (Fernández y Camacho , 2015).

La formalización de los procedimientos afecta a los ámbitos de la comunicación, de la formación y de la gestión. Se requiere un esfuerzo para adaptar los elementos a la nueva realidad de la empresa a medida que crece para mantener la flexibilidad y control.

Por estas razones se consideró importante incorporar en el cuestionario una pregunta sobre el grado de implantación de la RSE en la empresa, según la siguiente escala:

GRADO DE IMPLANTACIÓN DE LA RSE	
INEXISTENTE:	la empresa no ha comenzado a implantar la RSE.
INICIAL:	hay evidencia de los primeros pasos en la implantación de la RSE.
INFORMAL:	se ha implantado la RSE en la empresa, pero aún no está formalizada.
FORMAL:	se ha implantado la RSE en la empresa y está formalizada.
INTERNALIZADO:	se ha implantado la RSE, está formalizada y además ha sido comunicada a sus grupos de interés.
RESULTADOS:	el esfuerzo de la empresa cumple las condiciones anteriores y ha dado lugar a resultados observables.

En el siguiente gráfico se muestra el grado de implantación de las empresas participantes. En más de la mitad de las empresas el grado de implantación supera el nivel “formal”, lo que es una buena indicación del avance en responsabilidad social de estas empresas.

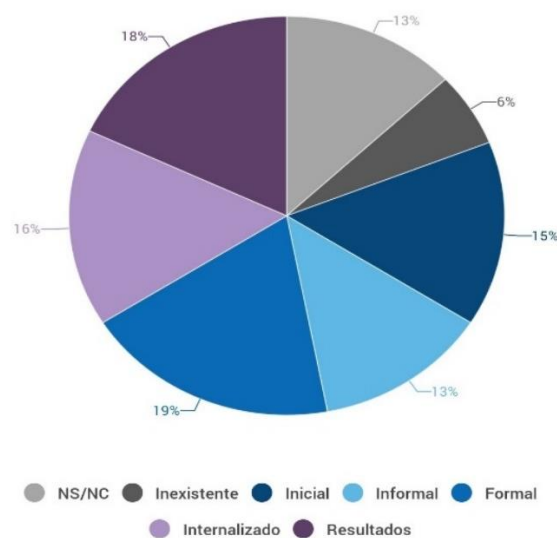


Gráfico 16. Resultados del grado de implantación de la RSE en las empresas participantes

En el siguiente gráfico se representa el grado de implantación de la RSE por tamaño de la entidad. Es destacable el porcentaje de respuestas “no sabe/no contesta”, un indicio de la necesidad de mejorar la comunicación sobre este asunto en las empresas.

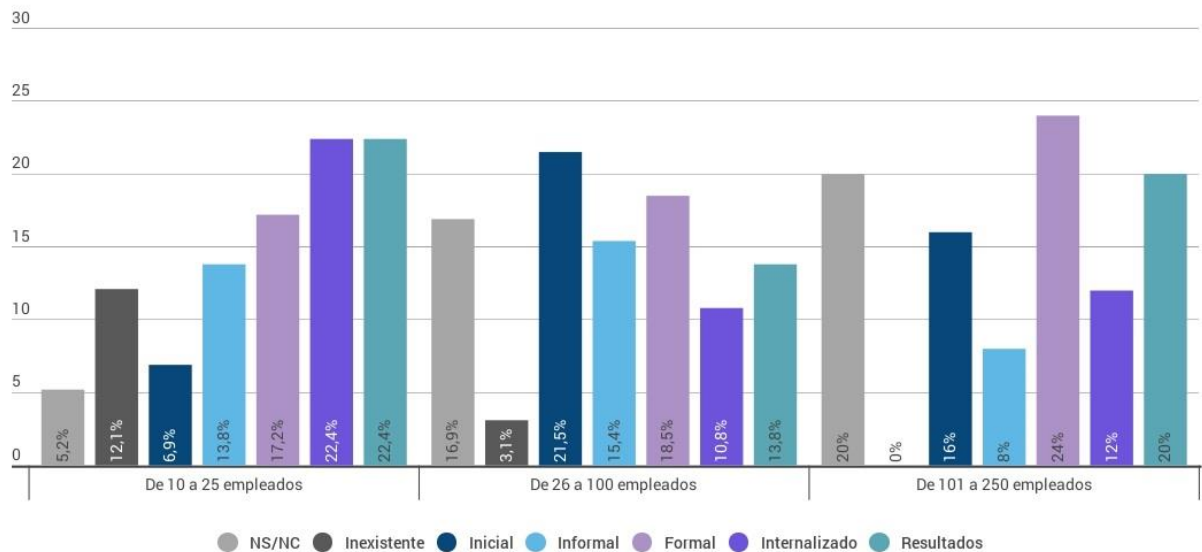


Gráfico 17.1. Resultados del grado de implantación de la RSE clasificado por número de trabajadores

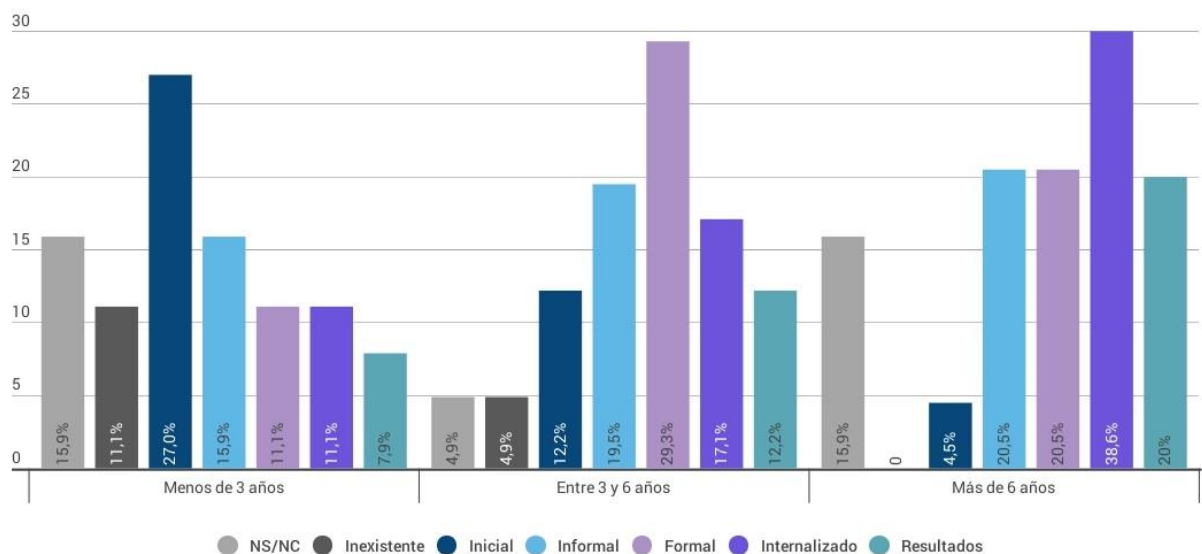


Gráfico 17.2. Resultados del grado de implantación de la RSE clasificado por antigüedad en el Pacto Mundial

En el siguiente gráfico se analiza la antigüedad de la pyme con respecto a su grado de implantación de la RSE. Los datos revelan que las pymes recién adheridas a la iniciativa tienen un grado de implantación inicial. En esta etapa las pymes comienzan a diagnosticar sus riesgos en materia de RSE y a comunicar su compromiso a los empleados con la iniciativa.

Las entidades de entre 3 y 6 años de antigüedad revelan un grado de implantación formalizado. En esta etapa la empresa ya cuenta con un Informe de Progreso, donde se reflejan sus logros en materia de RSE, además de haber implantado diferentes políticas internas de manera formal.

Por último, las de mayor antigüedad constatan un grado internalizado de RSE en la empresa. Son pymes con un nivel más avanzado, que pueden contar con mecanismos de medición de los resultados y ejemplos de implantación para difundir y compartir con otras entidades.

GRADO DE IMPLANTACIÓN vs ÍNDICE DE RSE Y ÉTICA

En el siguiente gráfico se relaciona el valor del Índice de Ética y RSE frente al grado de implantación de la RSE, representando el valor de la media de las empresas. El resultado parece lógico, es decir, es de esperar que un valor alto del índice se corresponda con un grado avanzado de implantación.

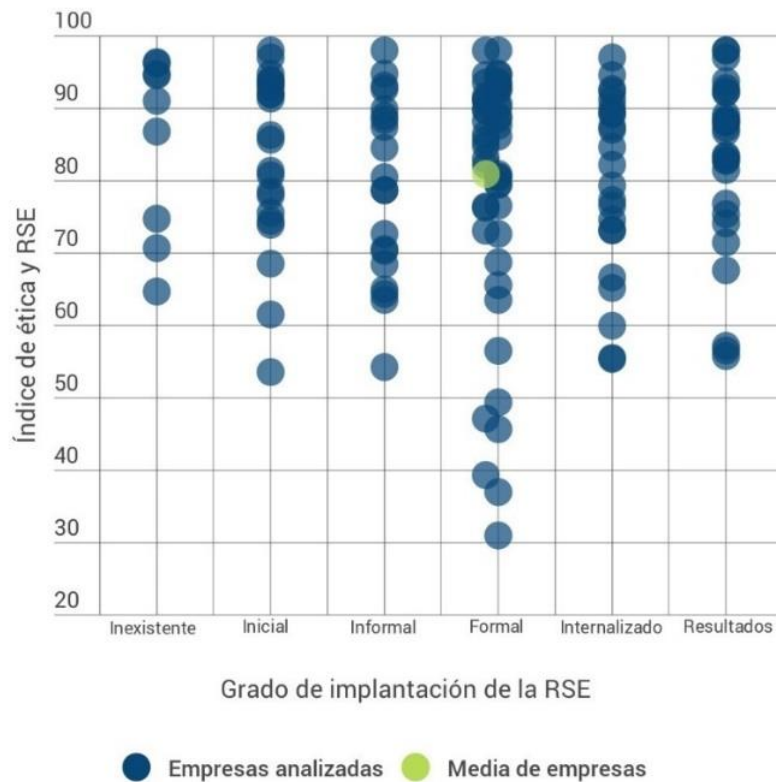


Gráfico 18. Relación entre el Índice de Ética de RSE y el grado de implantación de la RSE

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Entre los principales resultados extraídos del estudio realizado, se puede destacar que las empresas participantes muestran una percepción positiva hacia la Ética y la RSE, además de unos niveles altos en un índice descriptivo denominado de Ética y RSE, elaborado específicamente para este estudio. Se puede indicar también que los resultados son algo mejores para el segmento de empresas más pequeñas (de 10 a 25 empleados), lo que puede ser fruto de una mayor proximidad, cercanía e influencia de la figura del gerente/propietario.

Los aspectos más destacables son la existencia de normas de gestión y comportamiento (escritas o no), la accesibilidad de los responsables y que los responsables han dejado claro que esperan una conducta ética de todos los colaboradores. Estos elementos facilitan la existencia de una infraestructura ética, que tiene influencia en la cultura de la empresa. La cultura de las empresas participantes es además fuerte, es decir, existe una sintonía entre los valores de la empresa y los procesos que realiza, y los valores son aceptados y compartidos por la mayoría de los colaboradores. Esto posibilita el mantenimiento de la infraestructura ética.

Además, la importancia otorgada por los empleados a la Ética y la RSE de la empresa se ve positivamente afectada por los valores y cultura ética de la empresa, así como por la presencia de los elementos formales e informales.

Una de las principales conclusiones de este estudio es la influencia de la adhesión al Pacto Mundial en el progreso en la implantación de la RSE. Las empresas adheridas desde hace más tiempo han conseguido un grado de implantación más alto de la RSE. Si bien es importante mencionar también que un porcentaje elevado de todas las empresas participantes disponen de un código de conducta, código ético o similar. Esto se hace especialmente relevante en el caso de las empresas pequeñas (de 10 a 25 empleados), donde no suele ser frecuente disponer de este tipo de herramientas. La antigüedad en el Pacto Mundial también tiene una influencia positiva en la presencia de elementos formales e informales, en la fortaleza de la cultura y en la acción de liderazgo. Este dato es más relevante si consideramos que la antigüedad de la empresa sin más, es decir los años que lleva en actividad, parece no tener relación con ninguno de los aspectos citados. Es decir, desde el momento de adhesión al Pacto Mundial, la empresa comienza a desarrollar una mejor percepción y relevancia sobre la Ética y la RSE

Los valores más destacados en las empresas participantes han sido la excelencia (búsqueda de una mejora continua), la responsabilidad (respuesta frente a las necesidades) y la integridad (coherencia entre lo que se dice y se hace). Esto indica que las empresas participantes, además de mostrar una clara sensibilidad hacia los temas éticos y de RSE, están orientadas hacia la búsqueda de una mejora continua. Las empresas se preocupan fundamentalmente por aspectos de negocio, y por ejercer su función con responsabilidad e integridad. Esto puede venir dado por los esfuerzos de la Red Española del Pacto Mundial para sensibilizar a las empresas con todos los Principios, y no sólo con aquellos aspectos más tradicionales, como el medioambiente.

RECOMENDACIONES PARA LAS PYMES

En base a los resultados y conclusiones de este estudio, cabe realizar, por último, algunas recomendaciones dirigidas a las pymes:

1. Es importante disponer de normas de gestión y comportamiento **por escrito**. Que estas se difundan y compartan con los empleados para que tengan conocimiento de su existencia y sean aceptadas.
2. Apostar por la **formación** en materia de ética y RSE no solo a nivel directivo sino dirigido a todos los empleados es un elemento clave a valorar.
3. Es necesario que las pymes trabajen más la **comunicación**, tanto interna como externa.
4. Otro punto a trabajar es el de conseguir una mayor **involucración y participación** de los empleados, a través de reuniones puntuales, buzones de sugerencia, etc. De esta manera, se conocerán mejor las **expectativas** de los empleados y se tendrán en cuenta a la hora de tomar decisiones que les afecten.
5. Como última recomendación es importante dar a conocer los **valores de la empresa** y conseguir reflejarlos en los procesos y funciones a todos los niveles de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

- Cortés, E. C., Flor, F. C., Lillo, F. G., Gascó, J. G., Taverner, J. L., & Marco, B. 2012. *Ética y Responsabilidad Social Empresarial (RSE): ¿simple moda pasajera o necesidad percibida?* Departamento de Organización de Empresas. Universidad de Alicante
- Duh, Mojca, Jernej Belak, & Borut Milfelner. 2010. Core Values, Culture and Ethical Climate as Constitutional Elements of Ethical Behaviour: Exploring Differences between Family and Non-Family Enterprises. *Journal of Business Ethics* 97 (3): 473-489.
- European Commission. 2014. *Corporate Social Responsibility National Public Policies in the European Union. Compendium 2014.* Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion Unit C.1. (2014)
- Fernández, J., & Camacho, J. 2015. Effective Elements to Establish an Ethical Infrastructure: An Exploratory Study of SMEs in the Madrid Region. *Journal of Business Ethics*, 1-19. DOI 10.1007/s10551-015-2607-3
- García-Marzá, Domingo, Carmen Martí, y Roberto Ballester. 2010. Corporate Social Responsibility in Small Shops. *Ramon Llull Journal of Applied Ethics*, (1), 165-181.
- Godos-Díez, J., Fernández-Gago, R., & Martínez-Campillo, A. 2011. How Important Are CEOs to CSR Practices? An Analysis of the Mediating Effect of the Perceived Role of Ethics and Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 98(4), 531-548.
- Hunt, S. D., Wood, V. R., & Chonko, L. B. 1989. Corporate Ethical Values and Organizational Commitment in Marketing. *Journal of Marketing*, 53(3), 79-90.
- Jondle, Douglas, Alexandre Ardichvili, and James Mitchell. 2014. Modeling Ethical Business Culture: Development of the Ethical Business Culture Survey and its use to Validate the CEBC Model of Ethical Business Culture. *Journal of Business Ethics* 119 (1): 21-43.
- Kaptein, Muel. 2008. Developing and testing a measure for the ethical culture of organizations: the corporate ethical virtues model. *Journal of Organizational Behavior*, 29(7), 923-947.
- Kechiche, A., & Soparnot, R. 2012. CSR within SMEs: Literature review. *International Business Research*, 5(7), p. 97.
- Lee, R. V., Fabish, L., & McGaw, N. 2005. The value of corporate values. Disponible en SSRN 956170.
- Ministerio de Industria, Energía y Turismo. 2015. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. *Informe sobre la PYME 2014.* Centro de publicaciones del Ministerio. Madrid.

- Morris, Michael H., Minet Schindehutte, John Walton, & Jeffrey Allen. 2002. The Ethical Context of Entrepreneurship: Proposing and Testing a Developmental Framework." *Journal of Business Ethics* 40 (4): 331-361.
- Shafer, W. 2015. Ethical Climate, Social Responsibility, and Earnings Management. *Journal of Business Ethics*, 126(1), 43-60.
- Tenbrunsel, Ann E., Kristin Smith-Crowe, & Elizabeth E. Umphress. 2003. Building Houses on Rocks: The Role of the Ethical Infrastructure in Organizations. *Social Justice Research* 16 (3): 285-307.
- Treviño, Linda Klebe, y Katherine A. Nelson. 2007. *Managing Business Ethics*. Cuarta Edición. Estados Unidos de América: John Wiley & Sons Inc.
- Vitell, S. J., Ramos, E., & Nishihara, C. M. (2010). The role of ethics and social responsibility in organizational success: A Spanish perspective. *Journal of Business Ethics*, 91(4), 467-483.

AGRADECIMIENTOS

A LAS EMPRESAS PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO

AC Servicios S.L.
Aceitunas Torrent, S.L.
Alares Social CEE
Ambical Proyectos EMC S.L.
Ambling
Austros (Arcosur Atlántico, s.l.u.)
Autocares Julián de Castro, S.A.
Barlovento Recursos Naturales
Burotec Consultoria Técnica SL
Business and Culture
Casdisa de Promociones SA
Celer Soluciones
CGB Informática S.L.
Condorchem Envitech
Cotton South S.L.
Dielectro Balear, S.A.U.
Eba Vallcarca S.L.P.
Enisa
Filtros, repuestos y servicios, S.L.
Formagruppo
Gauss & Neumann
Grupo Gesor
Gi Group Spain ETT, SLU
Gramona sa
Grupo Eivar
Grupo Peisa
Grupo Revenga, S.L.
Grupotec
GS-Hydro, S.A.U.
Ibérica Aparellajes
IVC International Venture Consultants
JA Pascual Laso S.A.
Jardican SLU
Jomipsa
José María Mendiola S.A.
Juan Jiménez Garcia, SAU
Laboratorios MacrimasA-Pharma,SA
Limpiezas Aloja
Limpiezas Noulas,S.L.
Limpiezas Zaragoza
Metrolec S.L.
Mos Industrial y Civil Business SL
MRInformática SL
Neodyn
Obremo S,L
Organismo Autónomo de Gestión Tributaria
Polusa
Productos Eléctricos Industriales S.A. (Grupo Peisa)
Puerto Galiano Industrias Farmacéuticas
Redyser Transporte, S.L.
Residuos Electrónicos, S.L.
Ricardo Luz y Asociados S.L.
Ringo Valvulas
Sanxenxo de Servicios, S.L.
SAREB
Semacar S.L.
Sima Ingenieros SAS
Singularnet
Suministros Eléctricos Gabyl SA
TAISA
Team Vision Information and Technology S.A.
Tecnibat S.A
Texlimca S.A.
Tramites Informes y Proyectos S.L.
Vapores Suardiaz, S.A.

