



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajo de Fin de Grado

**Grado en Administración y Dirección
de Empresas**

**Códigos éticos en la empresa
cotizada española: un análisis
multivariante**

Presentado por:

Ignacio Moreno Salán

Tutelado por:

Dr. José Miguel Rodríguez Fernández

Valladolid, 1 de Julio de 2016

Resumen

El objetivo de este trabajo es doble. A partir de una base de datos de elaboración propia, el primer objetivo consiste en analizar doce características o variables dicotómicas de los códigos éticos de la empresa cotizada española, efectuando una comparación sectorial y un análisis exploratorio multivariante entre las 50 empresas que componen la muestra de este estudio. El segundo objetivo es construir un indicador compuesto o sintético que nos permita evaluar la amplitud y la calidad de cada código ético, así como agrupar a las empresas en base a dicha evaluación. A estos efectos, se utilizan en uno u otro momento varias técnicas de estadística multivariante: análisis de componentes principales con correlaciones policóricas, análisis clúster y análisis de la varianza. Los resultados obtenidos indican que existen diferencias sectoriales significativas en cuanto a las reglas previstas en esos códigos. Además, dicho contenido puede resumirse en tres componentes principales o factores. Por su parte, el análisis clúster concluye que existen tres grupos de empresas con perfiles diferenciados en cuanto al contenido de los códigos éticos según sus componentes principales. Y cinco conglomerados o grupos desde la perspectiva del Indicador Compuesto de Ética Empresarial construido. Sólo el 36% de las empresas analizadas obtiene una calificación avanzada en ese índice, lo que sugiere que la mayoría de empresas españolas cotizadas no cuentan todavía con un código ético firmemente orientado hacia un compromiso con todos y cada uno sus *stakeholders*.

Palabras clave: Responsabilidad social empresarial, empresa española cotizada, análisis de componentes principales, análisis clúster.

Clasificación JEL: M14, C38.

Abstract

This project has a double purpose. From an own database, the first objective consist on analyzing twelve dichotomous characteristics or variables of the spanish public company's codes of ethics, making a sector comparison and multivariate exploratory analysis among the 50 companies in the sample of this study. The second one is to build a composite indicator which allows us to rate the breath and quality of every ethical code, and group companies based on this rating. In order to get that, we have used the following multivariate statistical techniques: principal component analysis using polychoric correlations, cluster analysis and analysis of variance. The results we have obtained show that there are significant sectoral differences about the rules contained in ethical codes. This content can be summarized into three principal component or factors. On the other hand, the cluster analysis concludes that there are three groups of companies with similar profiles about their ethical code's contents. Furthermore, there are other five clusters from the perspective of Business Ethics Composite Indicator we have built. Only 36% of the analyzed companies obtain an advanced qualification in the built index, which suggests that most public Spanish companies still do not have a code of ethics firmly oriented towards a commitment to everyone of its stakeholders.

Key terms: Corporate social responsibility, public Spanish companies, principal components analysis, cluster analysis.

JEL Classification: M14, C38.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
A) ÁMBITO, INTERÉS Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	6
B) OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	7
C) METODOLOGÍA	8
D) ESTRUCTURA DEL TRABAJO.....	8
CAPÍTULO I: LOS CÓDIGOS ÉTICOS COMO HERRAMIENTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	9
1.1. ÉTICA Y EMPRESA	9
1.2. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CÓDIGOS ÉTICOS.....	13
1.3. LOS CÓDIGOS ÉTICOS.....	18
1.3.1. Definición.....	18
1.3.2. Tipología de los códigos éticos	19
1.3.3. Estructura y contenido	22
1.3.4. Vinculación jurídica.....	23
1.4. CÓDIGOS ÉTICOS EN LA EMPRESA ESPAÑOLA: ALGUNOS ESTUDIOS PREVIOS	26
1.4.1. Valor y De la Cuesta (2007).....	26
1.4.2. Ayuso y Garolera (2012).....	27
1.4.3. Ruiz Lozano y Araque Padilla (2013).....	28
CAPÍTULO II. INVESTIGACIÓN EMPÍRICA	30
2.1. MUESTRA, FUENTE DE DATOS Y VARIABLES ANALIZADAS	30
2.2. METODOLOGÍA EMPLEADA	33
2.3. RESULTADOS EMPÍRICOS.....	38
2.3.1. Análisis descriptivo y correlaciones policóricas	38
2.3.1.1. Estadísticos descriptivos.....	38
2.3.1.2. Comparación por sectores.....	40
2.3.1.3. Matriz de correlaciones policóricas.....	47
2.3.2. Estudio estadístico multivariante	48
2.3.2.1. Análisis de componentes principales con correlaciones policóricas.....	48
2.3.2.2. Análisis clúster de las componentes principales seleccionadas.....	51
2.3.2.3. Índice Compuesto de Ética Empresarial.....	55
2.3.2.4. Análisis clúster del Índice Compuesto.....	57
CAPÍTULO III. CONCLUSIONES	61
REFERENCIAS	63

ANEXOS	67
Anexo 1. Empresas de la muestra por sectores de la Bolsa de Madrid.....	67
Anexo 2. Matriz de correlaciones policóricas.....	68
Anexo 3. Puntuaciones factoriales policóricas para cada empresa de la muestra.....	69
Anexo 4. Dendograma resultante del análisis clúster de componentes.....	70
Anexo 5. Resultado del análisis clúster de componentes por el método de k-medias.....	71
Anexo 6. Índice Compuesto de Ética Empresarial (ICEE).....	72
Anexo 7. Dendograma del análisis clúster del índice compuesto	73
Anexo 8. Resultado del análisis clúster del índice compuesto por el método de k-medias.....	74
Anexo 9. Media de variables originales en empresas de cada clúster (%)	75

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 1.1.	Enfoques éticos sobre la toma de decisiones.....	12
Tabla1. 2.	Principales enfoques de gobierno corporativo.....	16
Gráfico 1.1.	Tipología de la responsabilidad social empresarial.....	18
Tabla 1.3.	Tipología de los códigos éticos.....	21
Tabla 2.1.	Empresas del análisis según sector productivo.....	31
Tabla 2.2.	Base de datos.....	33
Gráfico 2.1.	Metodología empleada en el análisis.....	37
Tabla 2.3.	Estadísticos descriptivos de la muestra.....	38
Gráfico 2.2.	Variables en el código ético de las empresas de la muestra general.....	39
Gráfico 2.3.	Variables en el código ético de las empresas del sector “Materiales Básicos, Industria y Construcción” en la muestra (%)......	41
Gráfico 2.4.	Variables en el código ético de las empresas del sector “Servicios Financieros e Inmobiliarios” en la muestra (%).....	42
Gráfico 2.5.	Variables en el código ético de las empresas del sector “Bienes de Consumo” en la muestra (%).....	43
Gráfico 2.6.	Variables en el código ético de las empresas del sector “Servicios de Consumo” en la muestra (%).....	44
Gráfico 2.7.	Variables en el código ético de las empresas del sector “Petróleo y Energía” en la muestra (%).....	45
Gráfico 2.8.	Variables en el código ético de las empresas del sector “Tecnología y Telecomunicaciones” en la muestra (%).....	46
Tabla 2.4.	Variabilidad explicada por cada componente principal rotado...	48
Tabla 2.5.	Cargas factoriales policóricas entre componentes principales y variables originales.....	49
Tabla 2.6.	Interpretación de las componentes principales rotadas.....	51
Tabla 2.7.	Análisis ANOVA del clúster de componentes.....	52
Gráfico 2.9.	Puntuaciones factoriales en los clústers identificados.....	53
Tabla 2.8.	Comparación y denominación de los clústers resultantes.....	54
Gráfico 2.10.	Comparación de medias de las variables originales en cada clúster.....	55
Tabla 2.9.	Ponderaciones corregidas de las componentes seleccionadas	56
Tabla 2.11.	Denominación de cada clúster resultante.....	59
Gráfico 2.11.	Medias de las variables originales en cada clúster (%).....	59

INTRODUCCIÓN

A) ÁMBITO, INTERÉS Y JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La evolución del escenario económico desde finales del Siglo XIX hasta hoy en día, con los procesos de industrialización, la liberalización de los mercados y la posterior globalización de la economía, ha provocado un notable incremento del impacto social que se deriva de la actuación de las empresas en general y de las grandes multinacionales en particular. Así, hoy en día la empresa no es sólo un agente económico, si no un agente social que puede afectar, positiva o negativamente, a los *stakeholders* con los que se relaciona, a la sociedad local en la que desarrolla sus procesos productivos o a la sostenibilidad medioambiental.

Por la relevancia social y política que a lo largo del siglo XX fueron adquiriendo las grandes compañías, Kenneth Goodpaster y Jhon Matthews ya recogían esta dualidad respecto a las consecuencias que pueden derivarse de esta evolución: “Las empresas multinacionales son tan poderosas que es peligroso que se inmiscuyan en temas sociales y políticos, pero también lo es que solamente se dediquen a maximizar sus ganancias” (Goodpaster y Matthews, 1982). Es decir, que las responsabilidades sociales que comparten Estados y empresas en la actualidad pueden tener consecuencias en el bienestar de la ciudadanía y en funcionamiento de la economía si las empresas no asumen las responsabilidades contraídas con sus *stakeholders*, o si subordinan dichas responsabilidades a su objetivo de maximización de beneficios.

Debido a esta asunción de responsabilidades sociales de las grandes empresas, en las dos últimas décadas del pasado siglo se ha multiplicado la concienciación y popularización de la responsabilidad social empresarial (en lo sucesivo, RSE), identificando así a las empresas como agentes sociales y no meramente económicos. En los últimos años se ha producido un notable desarrollo de la RSE, siendo en la actualidad una fuente de atención para los directivos de la mayoría de multinacionales y grandes empresas.

Como quiera que, dentro de la materialización de la RSE, los códigos éticos constituyen una importante herramienta mediante la cual las empresas establecen y comunican su visión, su misión y sus principios de actuación respecto a sus *stakeholders*, el análisis de los códigos éticos de las principales empresas españolas tiene una gran relevancia de cara a examinar su grado de compromiso social y las posibles consecuencias que de ellas se pueden derivar para el bienestar de la sociedad.

B) OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo general que se plantea en el presente estudio es investigar el grado de compromiso que asumen las principales empresas españolas en materia de RSE según se desprende de la lectura y análisis de sus códigos éticos, tras lo cual se plantean los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Evaluar la calidad y amplitud de cada código ético analizado, para medir y apreciar dicho grado de compromiso en materia de RSE.
- ✓ Describir la situación actual de los códigos éticos en la empresa española, realizando una comparación sectorial.
- ✓ Caracterizar el perfil de RSE que refleja cada empresa en su código ético, comprobando si existen diferencias significativas en la atención y compromiso de éstas con cada uno de sus *stakeholders*.
- ✓ Clasificar a las empresas de la muestra según el contenido de sus códigos éticos, otorgando una mayor puntuación a aquellas que en mayor medida sean socialmente responsables.
- ✓ Clasificar a las empresas de la muestra dependiendo del grado de compromiso, de la calidad y del perfil de responsabilidad social que reflejen éstas en sus códigos éticos.

C) METODOLOGÍA

Para la realización del presente estudio, se ha procedido en primer lugar a revisar la literatura teórica para enmarcar el análisis posterior. A continuación, y a partir de 50 empresas cotizadas en España, se ha elaborado una base de datos que nos permite cuantificar el nivel de RSE al que se comprometen las empresas de la muestra en sus códigos éticos. Basándonos en esta base de datos, se ha realizado un análisis descriptivo de la muestra, al que sigue un análisis multivariante con diversas técnicas estadísticas: análisis de componentes principales con correlaciones policóricas, análisis clúster y análisis de la varianza, mediante los paquetes econométricos Xlstat y SPSS.

D) ESTRUCTURA DEL TRABAJO

En cuanto a la organización de este estudio, la presente introducción se completa con tres capítulos, las referencias bibliográficas y el anexo. En el primer capítulo se abordarán aspectos teóricos y conceptuales relacionados con la materia, mientras que en el segundo se presenta el análisis empírico descriptivo y multivariante, desarrollado con las técnicas estadísticas anteriormente mencionadas. La investigación finaliza con el tercer capítulo, que recoge las principales conclusiones que se han alcanzado a lo largo de la realización de este Trabajo Fin de Grado.

CAPÍTULO I: LOS CÓDIGOS ÉTICOS COMO HERRAMIENTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1.1. ÉTICA Y EMPRESA

Los orígenes de la ética y su conceptualización se remontan a la Antigua Grecia, hacia el siglo III a.C., fuente de la filosofía platónica y aristotélica. Aunque existen numerosas definiciones y perspectivas que permiten delimitar el concepto de la ética, no existe una definición universalmente aceptada sobre dicho concepto. Así, la palabra ética tiene su raíz etimológica en la lengua griega, concretamente en el término “*ethos*”, que podemos traducir como costumbre, hábito, carácter. La Real Academia Española recoge esta acepción griega, definiéndola como el “conjunto de rasgos y modos de comportamiento que conforman el carácter o la identidad de una persona o una comunidad”.

Como quiera que la conducta ética de la empresa con sus *stakeholders* es uno de los pilares esenciales en los que se basa la RSE, a continuación se expondrá un resumen de las principales perspectivas éticas en la toma de decisiones, (consecuencialismo, deontología y ética de la virtud) de acuerdo con el estudio de Donaldson y Werhane (1989).

1. Consecuencialismo: Esta corriente ética sobre la toma de decisiones se basa en las consecuencias que pueda tener una determinada acción de un individuo, centrándose en los fines, impactos o resultados de tal acción y subordinando a ello los derechos o las obligaciones de los sujetos afectados. Es decir, que la toma de decisiones se efectúa eligiendo, de entre las posibles alternativas, aquella que maximice los beneficios o minimice los daños provocados por el decisor.

Dentro de esta perspectiva, Jeremy Bentham definió en el siglo XVIII lo que hoy conocemos por utilitarismo, cuyo principio fundamental es que una decisión es correcta si maximiza el bienestar de la mayoría. John Stuart Mill evolucionó dicho precepto, mencionando el término felicidad

por ser este el fin último, en lugar del bienestar del que hablaba Bentham en un principio.

Las principales críticas que ha recibido esta teoría reside en que dicha toma de decisiones no está basada en principios éticos ni equitativos, ni en los derechos, impactos o efectos que pueden tener o sufrir sujetos individuales si estos representan una minoría. Además, se cuestiona la posibilidad de medir el bienestar o el beneficio de todos los sujetos a los que afecta una determinada decisión. Por último, se añade que no sólo hay que atender a las consecuencias que pueda padecer la generación presente, si no que, sobre todo en aquellas decisiones que puedan generar impactos medioambientales, también habrá que atender a las de las generaciones futuras.

2. Deontología: Esta corriente deriva del término griego “*deontos*”, que significa deber, siendo la deontología la parte de la ética que trata de los deberes, especialmente de los que rigen una actividad profesional¹. Así, este enfoque se basa en la búsqueda de reglas y principios universales para determinar si una decisión ha sido tomada de forma correcta. Dentro de esta corriente predomina el enfoque de Immanuel Kant y su ética kantiana, que se trata de explicar brevemente a continuación.

En lo que respecta a la ética kantiana, el imperativo categórico de Kant pretende establecer una serie de preceptos y reglas universales aplicables a toda acción y decisión. Según Kant, para determinar dichos preceptos sólo podemos atender a la razón y no a inclinaciones personales.

Donaldson y Werhane nos presentan en su artículo un ejemplo que clarifica dicho enfoque y que le diferencia del consecuencialismo:

¹ Definición de deontología que proporciona el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua.

“Supón que encuentras una maleta que pertenece a otra persona. Kant diría que a pesar de que tu inclinación personal sería guardar el dinero, deberías devolverla. Esta es una acción que sabes que es correcta a pesar de tus inclinaciones personales. Kant también cree que deberías devolver la maleta incluso si crees que las consecuencias de no devolverla serían mejores” (Donaldson y Werhane, 1989). Así, para establecer dichos principios universales aplicables a todas las decisiones, Kant establece tres hipótesis que debe seguir cualquier proceso de toma de decisiones:

- ✓ Obra sólo según un principio tal que puedas querer al mismo tiempo que se transforme en ley universal (Kant, 2006).
- ✓ Obra de tal modo que uses la humanidad, tanto en tu persona como en la persona de cualquier otro, siempre como un fin y nunca como un medio (Kant, 2006).
- ✓ Obra como si por medio de tus principios fueras siempre un miembro legislador en un reino universal (Kant, 2000).

La ética kantiana se basa en adoptar estos principios a la hora de tomar una decisión y de evaluar cada decisión a la luz de dichos principios. Las principales críticas que ha recibido esta corriente señalan el subjetivismo que conlleva la formulación personal de principios y deberes de actuación, y el posible conflicto entre varios principios universales formulados por diferentes individuos para una misma decisión.

3. Ética de la virtud: También denominada la ética de la naturaleza humana, la ética de la virtud deriva de filósofos contemporáneos, especialmente de la filosofía aristotélica. Según Aristóteles, el hombre tiene capacidades potenciales e innatas que puede desarrollar a lo largo de su vida. Así, podríamos desarrollar nuestras capacidades mentales, sociales y, también, éticas.

Aristóteles considera la virtud moral como una capacidad fundamental, y la define como un hábito que sólo puede adquirirse desde nuestra propia voluntad. Además, afirma que sólo mediante el ejercicio firme y continuado de la virtud es como el hombre puede alcanzar la felicidad plena. El razonamiento ético de Aristóteles para considerar si una acción es moralmente correcta se resume de la siguiente manera: sólo aquella acción o decisión que contribuya a mejorar las capacidades inherentes de la naturaleza humana será éticamente correcta.

La Tabla 1.1 contiene el resumen de los tres enfoques éticos anteriormente analizados:

Tabla 1.1. Enfoques éticos sobre la toma de decisiones

Teoría Ética	Principales defensores	Basada en	Regla de decisión: ¿Qué es lo mejor que hacer?	Objetivo Corporativo	Críticas
Utilitarismo	J.S. Mill (1861)	Consecuencias (centrada en fines y resultados)	Actuar de acuerdo con el principio de mayor felicidad	Maximizar la felicidad (¿satisfacción de los <i>stakeholders</i> ?)	¿Cómo comparar utilidades? Posibles injusticias sociales
Ética Kantiana	I. Kant (1785)	Principios universales (regla fundamental)	Actúa de acuerdo con el Imperativo Categórico (deber)	Predicar con el ejemplo (demostrando estar a la altura de la misión y los valores corporativos).	¿Cómo decidir entre deberes morales en conflicto?
Ética de la Virtud	Aristóteles (384-322 a.C)	Virtudes humanas (carácter moral) Necesita ser desarrollada a través de la práctica	Actúa siempre de acuerdo con la virtud (es decir, ejércitala, exhibela y desarróllala)	Sé virtuoso: te hará feliz también (integridad personal)	¿Cómo conciliar individuo y organización?

Fuente: Adaptado de Hopkins (2016, p. 87).

Con lo que respecta a la ética empresarial y su instrumentalización, el conjunto de rasgos y comportamientos que conforman la identidad empresarial se

materializan desde el punto de vista estratégico en la visión y misión corporativa:

Misión empresarial: “Proporciona a la empresa y a sus miembros una referencia válida en cuanto a su propia identidad, por lo que es importante que sea conocida por todos los miembros de la organización, ya que sirve como elemento de identificación con la filosofía de la empresa y de cohesión entre todos sus participantes” (Guerras Martín y Navas López, 2012, p. 56).

Visión empresarial: “La visión refleja la imagen mental de lo que será o debería ser la empresa en el futuro más lejano, y debe ser una referencia orientativa para todas las actuaciones de los individuos de forma que, ante las diversas alternativas que se les pudieran plantear sobre su actividad habitual, debieran optar por aquellas que sean más congruentes con la visión definida” (Guerras Martín y Navas López, 2012, pp. 57-58).

1.2. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CÓDIGOS ÉTICOS

Etimológicamente y en el ámbito de la empresa, la responsabilidad social que asume ésta en su toma de decisiones se deriva de las múltiples posibilidades de decisión que puede adoptar, afectando así de una u otra manera a la sociedad en general, y a sus grupos de interés en particular.

Aunque no existe una definición universalmente aceptada para el término de responsabilidad social empresarial, dicho concepto ha ido evolucionando en las últimas décadas, desde que Milton Friedman afirmara que la única responsabilidad social de la empresa es incrementar sus beneficios, dentro del respeto a las reglas de la libre competencia, sin engaño ni fraude (Friedman, 1962).

Sin embargo, la Comisión Europea con su definición publicada en 2011, puede orientarnos hacia el significado que actualmente tiene la RSE y cómo esta debe desarrollarse dentro de la empresa:

“Responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad. Para asumir plenamente su responsabilidad social, las empresas deben aplicar, en estrecha colaboración con las partes interesadas, un proceso destinado a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica” (Comisión de la Unión Europea, 2011).

Se observa que esta última definición confiere a la empresa una mayor relevancia social, recogiendo y señalando la responsabilidad de la empresa por los impactos sociales que pudiera ocasionar, la relación de esta con sus grupos de interés y el deber de integrar la RSE en la estrategia empresarial.

No obstante, dicha integración de la responsabilidad social empresarial en la estrategia de la compañía puede articularse desde enfoques de gobierno corporativo en el fondo en realidad distintos. De ahí que, ante todo, debemos aclarar ahora los principales enfoques de gobierno corporativo existentes, para posteriormente definir los diferentes modelos de RSE. Los dos enfoques fundamentales en relación con el gobierno corporativo son el modelo financiero o accionarial y el modelo pluralista o *stakeholder* (Rodríguez *et al.*, 2007).

- 1) Modelo financiero o accionarial. Este enfoque se centra en la relación de agencia que existe entre los directivos (agentes) y los accionistas (principales). Así, la función de los primeros se reduce a crear valor para los segundos. Dentro de las hipótesis de este modelo destaca el mercado como mecanismo eficiente, natural y regulador, el hecho de que sólo se contemple la función disciplinaria del consejo de administración y la no asunción de responsabilidad por los efectos externos que pueda ocasionar la actividad empresarial, además de que se considera en este modelo que sólo los accionistas soportan riesgos.

En el modelo financiero no tiene cabida la consideración del resto de *stakeholders* en el gobierno corporativo, no existiendo preocupación por la protección de contratos implícitos basados en la confianza y la

reputación. La empresa es considerada como una ficción legal en la que se toman decisiones con el único objetivo de que se alcance la eficiencia en la gestión empresarial y se maximice la creación de valor para los accionistas.

- 2) Modelo pluralista o *stakeholder*. En este modelo se considera el objetivo principal de creación de riqueza neta para el conjunto de grupos de interés de la empresa, atendiendo a las demandas y responsabilidades que la empresa contrae con los mismos. Así, se considera un problema multiagencia entre los directivos (agentes) y el resto de partícipes de la empresa (principales), en la que cobra importancia la protección de los contratos implícitos basados en la confianza y la reputación. Además, la empresa trata de mantener y reforzar sus inversiones específicas² de todos sus grupos de interés y no sólo de los accionistas.

La empresa trata la toma de decisiones con criterios de eficiencia y también de equidad, tratando de compensar a cada *stakeholder* en base a los riesgos no diversificables que estos soportan, teniendo en cuenta que un accionista puede diversificar sus riesgos acudiendo al mercado de capitales y que, por ejemplo, los trabajadores no pueden diversificar el riesgo asumido derivado de sus inversiones específicas.

La empresa tiene en cuenta criterios éticos y morales en la toma de decisiones, y asume su papel social y su responsabilidad por los impactos externos que pudiera generar su actividad, no centrándose únicamente en maximizar la creación de valor para los accionistas.

² Una inversión específica es aquella inversión que tiene más valor dentro de una relación contractual que fuera de esa relación o que dentro de otra relación. Los trabajadores de una empresa, con su experiencia y formación dentro de la misma, constituirían un ejemplo de *stakeholders* que efectúan inversiones específicas.

Tabla1. 2. Principales enfoques de gobierno corporativo

ELEMENTO TEÓRICO	MODELO FINANCIERO O ACCIONARIAL	MODELO PLURALISTA O STAKEHOLDER
Propiedad y mercados	Instituciones naturales	Construcciones sociales
Naturaleza de la empresa	Ficción legal	Coalición de intereses
Contratos	Sobre todo explícitos	Explícitos e implícitos
Hipótesis sobre el poder	Igualdad	Desigualdad
Comportamiento personal	Oportunista y doloso	Valora confianza y coopera
Inversiones específicas	Accionistas	Diversos partícipes
Importancia de los recursos	Sólo instrumentos	Críticos para sobrevivir
Base de las relaciones	Económica	Económica y moral
Partícipes sujetos a riesgos	Accionistas	Diversos partícipes
Clave del gobierno corporativo	Problema de agencia	Compromiso con los partícipes
Objetivo de la empresa	Crear valor para los accionistas	Crear riqueza neta total
Función de los directivos	Agentes de los accionistas	Fiduciarios de los partícipes
Funcionamiento del mercado	Sin efectos externos apreciables	Efectos externos relevantes
Criterio para asignar recursos	Eficiencia	Eficiencia y equidad
Ética	Instrumentada	Intrínseca o asumida
Nivel de complejidad	Bajo	Elevado

Fuente: Rodríguez *et al.* (2007, p. 26)

A partir de estos dos enfoques de gobierno corporativo, subyacen diferencias en los principales modelos de responsabilidad social habitualmente considerados, que quedan recogidos en el Gráfico 1.1 en función de si se produce una participación más amplia o más reducida de los *stakeholders* en la toma de decisiones, así como de si nos encontramos en el marco de un modelo pluralista o financiero:

- i) RSE convencional: diálogo reducido con los *stakeholders*, que no participan en la toma de decisiones; y modelo de empresa pluralista o multiagencia de gobierno corporativo. La responsabilidad social de la empresa se reduce a la filantropía y a la caridad para legitimarse socialmente, como fue tradicional, por ejemplo, en muchas empresas europeas y norteamericanas durante el siglo XIX.

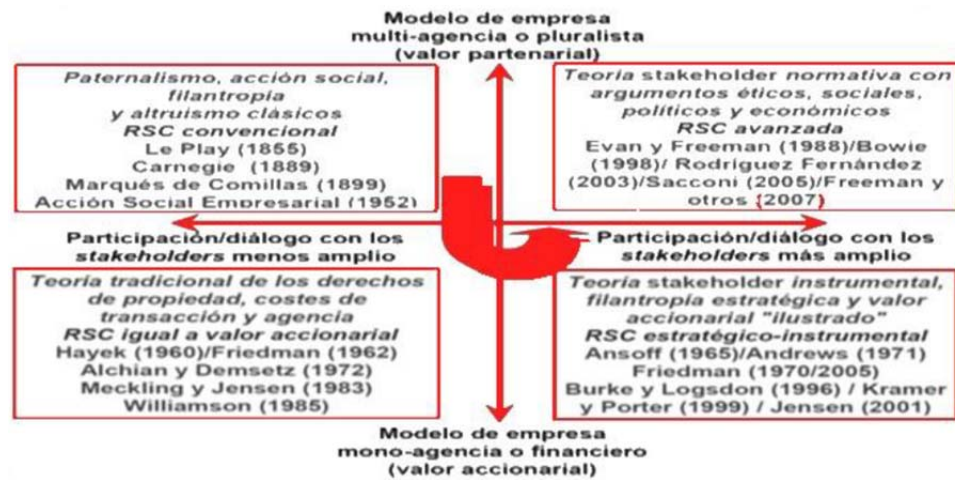
ii) RSE igual a valor accionarial: diálogo reducido con los *stakeholders*, que apenas participan en la toma de decisiones; y modelo financiero en cuanto a la orientación fundamental de la organización. Relación de agencia entre directivos y accionistas, siendo el único objetivo de la empresa la creación de valor para estos últimos.

iii) RSE instrumental. Diálogo amplio con los *stakeholders*, que son simplemente tenidos en cuenta en la toma de decisiones, y modelo financiero en lo referente al enfoque de gobierno corporativo. La empresa realiza políticas de responsabilidad social porque es rentable y para legitimarse frente a la sociedad. Se atienden a las diferentes demandas de los *stakeholders*, cubriendo unos estándares mínimos y considerándoles como restricciones secundarias, siendo el principal objetivo la creación de riqueza para los accionistas de la empresa. Es la forma más común de implementar la RSE en las empresas hoy en día.

iv) RSE avanzada. Diálogo amplio con los *stakeholders*, que participan en la toma de decisiones y que son compensados por los riesgos no diversificables que asumen en su relación con la empresa, y modelo pluralista o multiagencia como orientación de la organización. Se refuerzan los contratos implícitos con los diversos partícipes basados en la reputación y la confianza. Se protegen las inversiones específicas de los grupos de interés. El objetivo fundamental de la empresa es la creación de riqueza neta total para todos sus partícipes, o al menos de los principales.

En el Gráfico 1.1 aparecen resumidos los principales tipos de responsabilidad social empresarial. El eje vertical aparecen representados los dos enfoques fundamentales de gobierno corporativo, mientras que el eje horizontal recoge la participación de los *stakeholders* en la toma de decisiones.

Gráfico 1.1. Tipología de la responsabilidad social empresarial



Fuente: Rodríguez Fernández (2007, p. 31).

Una vez estudiadas los principales tipos de RSE que puede adoptar una empresa, el objetivo de este estudio es analizar los códigos éticos de la gran empresa cotizada española para observar qué tipo de modelo de RSE caracteriza su relación con sus stakeholders.

1.3. LOS CÓDIGOS ÉTICOS

Debido a la popularización de la RSE y a su implementación en la empresa, los Códigos Éticos han proliferado en los últimos años, siendo actualmente una de las principales maneras de instrumentalización formal de la RSE en las empresas españolas, especialmente en aquéllas que cotizan en bolsa. Por su relevancia y evolución, se procede a continuación a conceptualizar dicho instrumento de RSE; y a explicar su tipología, estructura y contenido, para finalizar su enmarcación teórica explicando la posible vinculación jurídica que pueden poseer estos documentos.

1.3.1. Definición

“Por códigos éticos empresariales o de la empresa se entiende aquellos documentos específicos y formalizados normalmente por escrito, que contienen principios o reglas que guían las actuaciones éticas de la firma, o dicho de otro modo, el conjunto de prescripciones que reflejan una declaración de valores o

principios propios de la empresa, una política ligada a ellos, y/o un conjunto de prescripciones destinadas a guiar el comportamiento y el desarrollo, en sus tareas presentes y futuras, de los directivos y/o trabajadores, ya sea entre ellos, o entre ellos y la compañía, los grupos de interés externos o la sociedad en general” (Calvo Gallego, 2008, p. 15).

Para completar esta definición de Calvo Gallego, cabe señalar que, aunque de él emanan obligaciones y pautas de comportamiento, un código ético no tiene la consideración de norma dentro de nuestro ordenamiento jurídico. Además, su redacción y aprobación es una decisión unilateral del empresario, determinando éste así su contenido, su forma y su alcance. Por ello, de ahora en adelante se sobreentiende que son códigos éticos unilaterales, procediéndose a continuación a detallarlo según el estudio que realizó Goñi Sein (2011).

1.3.2. Tipología de los códigos éticos

Los códigos éticos pueden clasificarse o diferenciarse desde varias perspectivas:

- i. Por el contenido de las obligaciones: códigos laborales y no laborales

Los códigos éticos difieren respecto al contenido de las obligaciones que contraen con sus grupos de interés, pudiéndose ser éstas de carácter laboral, afectando a las relaciones laborales de la empresa, o pudiendo abarcar diversos ámbitos no laborales, como puedan ser códigos éticos dirigidos a regular la actividad empresarial en el mercado de valores, o cualquier otra relación de la empresa con terceros distintos de los propios trabajadores.

Por lo tanto, contenidos referidos a la calidad de productos y servicios para con los consumidores, la defensa de la competencia para con los competidores, o el compromiso medioambiental (variables todas ellas que forman parte del posterior análisis empírico) podrían ser ejemplos de obligaciones contraídas por un código ético no laboral.

ii. Por el método de elaboración: *business codes*, *subscription codes* y *model codes*

Partiendo del concepto anteriormente explicado de que los códigos éticos suelen ser desarrollados por la empresa sin la necesaria participación de sus grupos de interés en su redacción y aprobación, esta clasificación se centra en el método que puede utilizar la empresa para redactar los mismos.

Por un lado, los denominados *business codes* son aquéllos códigos éticos desarrollados por la propia empresa para su posterior aplicación dentro de la misma.

Los *subscription codes* son aquéllos códigos éticos elaborados externamente por subcontratación, para la posterior aplicación en la empresa.

Y los *model codes*, en cambio, representan códigos éticos que sirven de modelo, en cuanto a la estructura y contenido, a las empresas que quieran elaborar uno propio.

iii. Por el sujeto destinatario de las obligaciones: externos e internos

Esta clasificación diferencia los códigos éticos en base al sujeto destinatario de su contenido, pudiendo tratarse de sujetos internos (fundamentalmente trabajadores y directivos) y sujetos externos (el resto de *stakeholders*). Algunas empresas optan por realizar esta diferenciación a la hora de elaborar su código ético, elaborando un código de conducta interno y otro externo, aunque esta práctica no suele ser demasiado habitual.

Para los sujetos internos es habitual encontrar en los códigos éticos contenidos como, por ejemplo, medidas para la conciliación de la vida personal y laboral, la forma en la que deben utilizarse los bienes empresariales o el compromiso con la formación de los trabajadores,

variables que, entre otras, también formarán parte del análisis empírico posterior.

- iv. Por el ámbito de sus obligaciones: códigos en la empresa y de la empresa

Los códigos éticos en la empresa contemplan disposiciones éticas a las que se obliga la empresa frente a sus *stakeholders*; es decir, es la propia empresa la que asume compromisos y obligaciones con sus grupos de interés.

Los códigos éticos de la empresa se basan en el poder disciplinario de la misma; y son aquellos en los que la empresa fija unas pautas de comportamiento y actuación para el desarrollo de su actividad.

La Tabla 1.3 recoge un resumen de las diferentes clasificaciones y tipologías de códigos éticos unilaterales que acabamos de analizar.

Tabla 1.3. Tipología de los códigos éticos

CRITERIO DE CLASIFICACIÓN	TIPOS
Por el contenido de las obligaciones	Códigos éticos laborales
	Códigos éticos no laborales
Por el método de elaboración	<i>Business codes</i>
	<i>Subscription codes</i>
	<i>Model codes</i>
Por el sujeto destinatario	Códigos éticos internos
	Códigos éticos externos
Por el ámbito de sus obligaciones	Códigos éticos en la empresa
	Códigos éticos de la empresa

Fuente: Elaboración propia a partir de Goñi Sein (2011).

1.3.3. Estructura y contenido

La mayoría de Códigos Éticos, a la luz del análisis de Goñi Sein y de lo propiamente observado a lo largo del presente estudio, presentan una estructura formal bastante definida y, en general, homogénea.

❖ Introducción y valores corporativos

En primer lugar, casi todas las empresas españolas en sus Códigos Éticos comienzan con una redacción de sus principales valores éticos y corporativos, en ocasiones expresando la misión y visión empresarial, pudiendo ir este epígrafe respaldado por una carta del Presidente o Director General. Esta introducción tiene como objetivo expresar los principios generales de actuación de la empresa y reflejar brevemente su cultura corporativa.

❖ Ámbito de aplicación y sujetos afectados

En segundo lugar, las empresas suelen definir el ámbito de aplicación del código ético, es decir, a qué sujetos afecta el mismo, a qué partícipes va destinado y a qué áreas de la empresa les es de aplicación. Generalmente, suele ser de aplicación para la totalidad de la empresa y para todos los países en los que opera, comprometiendo a veces a sus actuales y potenciales proveedores.

❖ Contenido y medidas del Código

En tercer lugar, encontramos el contenido del Código, en el que se pueden observar las pautas de comportamiento y medidas a las que se compromete la empresa respecto de sus diferentes grupos de interés, que generalmente aparecen divididos en subepígrafes dentro del mismo. Ciertos contenidos del código ético pueden responder a necesidades específicas de cada sector. Por otra parte, la redacción de dicho contenido puede ser más formal o informal, o puede tener una pretensión y un rigor normativo mayor o menor en función de cada empresa, siendo este último aspecto bastante polémico a la hora de establecer hasta dónde puede llegar el poder

disciplinario del empresario en cuestiones que sobrepasan el contenido del contrato de trabajo o de otro tipo de contratos.

❖ Procedimiento sancionador y vigencia del código ético

En cuarto lugar, la mayoría de las compañías suelen finalizar su código citando las medidas que serán de aplicación en caso de que se produzca un incumplimiento de las disposiciones expuestas en el código ético, detallando las posibles sanciones a los sujetos implicados. Algunas empresas especifican un canal de denuncia y un procedimiento sancionador para dichos incumplimientos, creando en ocasiones un Comité de seguimiento por esta causa, cuya composición será la que determine la dirección de la empresa. También se suele explicitar el período de vigencia del código ético, entendiéndose de lo contrario de validez indefinida.

1.3.4. Vinculación jurídica

En nuestro ordenamiento jurídico, la empresa no tiene reconocido poder normativo, como sí que ocurre por ejemplo en el ordenamiento francés. A pesar de no tener potestad normativa, los códigos éticos constituyen una fuente de autorregulación de las relaciones laborales y mercantiles de la empresa. Por ello, dentro de este análisis y siguiendo los estudios de Baylos Grau (2004) y Goñi Sein (2011), es necesario concretar el valor jurídico y la fuerza vinculante de los códigos éticos y estudiar cómo se relacionan con nuestro sistema normativo.

Para estudiar su alcance jurídico, ha de considerarse la heterogeneidad existente en cuanto al grado de obligatoriedad de las medidas que contienen los códigos éticos, puesto que algunas son meros principios de actuación y otras son de fuerte carácter obligatorio, con mecanismos sancionadores como hemos comentado en el anterior apartado. Así, se procede analizar este apartado distinguiendo entre las disposiciones dirigidas a los grupos de interés externos a la empresa y las disposiciones internas dirigidas a los trabajadores y directivos.

I. Disposiciones para partícipes externos

Dentro del contenido de los Códigos Éticos que afecta a partícipes externos a la empresa, aquellas disposiciones que solamente proclaman principios de actuación empresarial y valores éticos no presentan prácticamente vinculabilidad, teniendo un valor jurídico bastante reducido. Al no especificar obligaciones o normas explícitas de conducta bajo procedimientos sancionadores, el incumplimiento de dichas disposiciones no es materia de sanción para nuestro ordenamiento jurídico.

En cambio, cuando el código ético incorpora obligaciones que deben ser cumplidas por la propia empresa o por sus proveedores, bien mediante la adhesión a alguna de las principales declaraciones internacionales, bien por propia iniciativa, dichas disposiciones sí pueden desplegar efectos jurídicos.

Es decir, que a pesar de que estas cláusulas sean privadas, voluntarias y no tengan la consideración de norma jurídica, las disposiciones de este tipo sí que tienen fuerza vinculante porque han sido desarrolladas con ánimo de obligarse ante terceros.

Aunque es cierto que el Derecho Civil español considera que entre dos sujetos no puede surgir una obligación por voluntad de uno solo de ellos, la fuerza vinculante de este tipo de disposiciones se halla en la ley general para la defensa de los consumidores y usuarios. Esta ley considera vinculante la publicidad realizada por un oferente (en este caso la empresa que redacta y da publicidad a su código ético) mediante la cual asume compromisos o queda obligada frente a terceros. Por tanto, esta normativa dota de eficacia jurídica a las disposiciones que cumplan estas características.

II. Disposiciones para directivos y trabajadores

Las disposiciones dirigidas a partícipes internos, como son los directivos y trabajadores, presentan alguna singularidad a efectos jurídicos, puesto que pueden invadir la soberanía normativa de la que goza alguna norma jurídica, como es el caso del Estatuto de los Trabajadores.

Dentro de las disposiciones para sujetos internos, las cláusulas que dictan simples procedimientos de actuación no presentan ninguna fuerza vinculante, por cumplir una función meramente declarativa. Es decir, no despliegan efectos jurídicos en caso de incumplimiento.

Cosa bien distinta sucede con las disposiciones que tengan carácter imperativo y contraigan obligaciones para la empresa con los trabajadores o directivos, y viceversa. Tanto los compromisos asumidos por directivos como por los trabajadores tienen carácter obligatorio y generan responsabilidades que pueden ser sancionables en caso de incumplimiento. Entonces, ¿en dónde subyace dicha fuerza jurídica?

Nuestro ordenamiento jurídico, como ya hemos señalado, no concede poder normativo al empresario en la relación laboral. Sin embargo, la eficacia jurídica de dichas disposiciones se encuentra en el reconocimiento del poder de dirección del empresario según el art. 20 del Estatuto de los Trabajadores, quien tiene la potestad de establecer los principios de actuación a los que tienen que responder los empleados.

Goñi Sein (2011) advierte de las posibles consecuencias que pueden derivar de un abuso del poder de dirección empresarial, señalando que “el poder de dirección no puede representar un poder ilimitado de organización del mercado de trabajo interno, porque una cosa es especificar las obligaciones derivadas del contrato suscrito y otra ampliar, por la vía del código de conducta, el propio objeto del contrato” (Goñi Sein, 2011).

La vinculación jurídica que puede tener un código ético, y su importancia a la hora de definir la actuación de la empresa en la relación laboral y en la relación con los diferentes *stakeholders*, justifica la importancia del análisis que se expone posteriormente sobre el contenido de los mismos.

1.4. CÓDIGOS ÉTICOS EN LA EMPRESA ESPAÑOLA: ALGUNOS ESTUDIOS PREVIOS

El análisis de los códigos éticos en la empresa española se ha realizado desde diversos enfoques en los últimos años, debido a la popularización experimentada por este instrumento de RSE en las empresas españolas. Dentro de la diversidad de estudios al respecto, se ha procedido a revisar aquéllos que resultan más afines a la investigación que posteriormente nosotros realizaremos, bien sea por motivos muestrales, metodológicos o por similitudes relativas a los objetivos planteados.

Así, se procede a revisar los estudios realizados por Valor y De la Cuesta (2007), Ayuso y Garolera (2012) y Ruiz Lozano y Araque Padilla (2013). Todos ellos han efectuado un análisis descriptivo sobre el contenido de los códigos éticos, no conformándose sólo con analizar el porcentaje de empresas que tiene redactado un código ético, como se ha realizado en otros estudios.

Sin embargo, cabe destacar que, durante la revisión de estudios previos al respecto, no se ha encontrado ninguno que aplique técnicas de estadística multivariante similares a las que nosotros hemos utilizado en el presente Trabajo Fin de Grado.

1.4.1. Valor y De la Cuesta (2007)

El estudio de Valor y De la Cuesta (2007) se centra en el análisis de la eficacia de los códigos éticos en la empresa cotizada española. Así, considerando que no poseen fuerza jurídica vinculante, este estudio pretende evaluar si el contenido de los códigos éticos de las empresas españolas tiene eficacia como norma de conducta dentro de la propia empresa.

Para llevar a cabo esta investigación, Valor y De la Cuesta utilizaron la información recogida por la agencia de análisis ético británica EIRIS. Concretamente, a partir de las puntuaciones globales otorgadas por esta agencia para 46 empresas españolas cotizadas, se realizó una comparativa

entre seis sectores de actividad, según la clasificación de actividades económicas de la Bolsa de Madrid. Cabe destacar que sólo 7 de esas 46 empresas (15%) obtienen una calificación avanzada en el contenido de su código ético, mientras que ninguna de las mismas obtiene la calificación máxima, equivalente a 5 puntos.

Este último estudio concluye que el tamaño o el hecho de que la empresa cotice en un índice bursátil no implican una mayor eficacia del código ético. De hecho, la eficacia del mismo depende fuertemente de la cultura corporativa de la empresa, que es la que impulsa a determinar posibles mecanismos sancionadores.

1.4.2. Ayuso y Garolera (2012)

El estudio de Ayuso y Garolera (2012) está basado en una muestra total de 58 empresas, de las cuales el 33% son grandes empresas cotizadas en bolsa, el 31% son grandes empresas no cotizadas y el 36% restante se corresponde con pequeñas y medianas empresas. Para la selección de las variables y atributos relativos al contenido de los códigos éticos de estas empresas, Ayuso y Garolera han evaluado cuatro aspectos, siguiendo el modelo de Kaptein (2004): los valores y principios corporativos, las relaciones con los grupos de interés, la conducta de los empleados, y la implantación y cumplimiento del código.

Con la muestra y la orientación mencionadas, desarrollaron una hoja de cálculo con 58 columnas (las empresas de la muestra) y 104 filas (los atributos clasificados en cada una de las cuatro perspectivas definidas), valorando con un 1 a aquellos atributos mencionados en el código y asignando un 0 en caso contrario.

La muestra se dividió en cuatro sectores de actividad, evaluando cada una de las cuatro perspectivas para explicar diferencias intersectoriales. Ayuso y Garolera concluyen que existen diferencias sectoriales en el contenido de los códigos éticos, explicando por ejemplo que, dentro de la perspectiva de los

grupos de interés, “la totalidad de las empresas constructoras incluyen el compromiso de prevención de riesgos laborales y todas las empresas de telecomunicaciones incluyen la prevención, preservación y restauración del medio ambiente” (Ayuso y Garolera, 2012, p. 91).

En lo que respecta al establecimiento de un canal de denuncia o un procedimiento sancionador, la mayoría de las grandes empresas cotizadas del análisis manifiesta explícitamente el compromiso con la gestión de posibles incumplimientos del código. Por último, este estudio también señala a los empleados, a los clientes y al medioambiente como los grupos de interés que acaparan mayores referencias en los códigos éticos de las 58 empresas analizadas.

1.4.3. Ruiz Lozano y Araque Padilla (2013)

La investigación realizada por Ruiz Lozano y Araque Padilla (2013) no es tan exhaustiva como la de Ayuso y Garolera (2006) que acabamos de explicar, si no que su análisis es más específico, centrándose únicamente en contenidos relacionados con los consumidores y usuarios.

La elección de este grupo de interés queda justificada al considerarse que, según Ruiz Lozano y Araque Padilla, el consumidor es el elemento sobre el que pivota la función social de la empresa. Nosotros hemos considerado relevante analizar en nuestro estudio contenidos referentes a otros *stakeholders*, en cuanto destinatarios y receptores de la función social de la empresa, como bien pudieran ser los trabajadores o la sociedad local.

La muestra de este estudio está compuesta por empresas pertenecientes al sector financiero (13 empresas), al sector energético (8) y al sector telefónico (3), analizándose en total 24 códigos éticos. Estos tres sectores han sido seleccionados por ser objeto de mayor número de reclamaciones por parte de los consumidores.

Así, para cada uno de los 24 códigos, Ruiz Lozano y Araque Padilla analizaron 12 atributos relativos a los consumidores, asignando un 1 a aquellos atributos mencionados en el código y calificando con un 0 en caso contrario. Este procedimiento les permite calcular un índice de valores del consumidor, comprendido entre 0 puntos, en el caso de que el código ético no mencione ninguno de los atributos analizados, y 12 puntos en el caso de que todos ellos aparezcan mencionados.

Como resultado del análisis y de la comparación sectorial de los valores obtenidos, la principal conclusión alcanzada es la existencia de notables diferencias intersectoriales en el contenido de los códigos éticos, teniendo sólo en consideración la perspectiva del consumidor.

CAPÍTULO II. INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

2.1. MUESTRA, FUENTE DE DATOS Y VARIABLES ANALIZADAS

El presente análisis empírico se ha realizado sobre una muestra que puede ser representativa de las principales empresas españolas cotizadas en bolsa.

La muestra consta de 50 empresas³. Por una parte, las 30 que, cotizando en el índice bursátil IBEX 35 a 1 de mayo de 2016, tienen elaborado un código ético, según se ha podido comprobar a través de cada una de sus páginas *web* corporativas. Por otro lado, para completar la muestra y garantizar una mayor robustez del estudio, se han analizado los códigos éticos de otras 20 empresas cotizadas en la Bolsa de Madrid en dicha fecha, provenientes del Proyecto de Investigación DER (2016) de la Universidad de Salamanca.

En un futuro estudio se podría intentar ampliar la muestra utilizada. No obstante, ha de hacerse notar que 50 entidades o casos cumple con el número mínimo absoluto considerado deseable a efectos del análisis de componentes principales que posteriormente se presenta (Consulting Group of the Division of Statistics and Scientific Computing, 1995). Si además de ese número mínimo absoluto, se considera también la proporción entre número de casos y número de variables, en el presente trabajo esa proporción es de 4,2, similar a la que se utiliza en la práctica en no pocas ocasiones. Al fin y al cabo, no parece existir una respuesta definitiva en cuanto a dicha proporción (Consulting Group of the Division of Statistics and Scientific Computing, 1995; Costello y Osborne, 2005).

En la tabla 2.1 se expone la clasificación de las empresas de la muestra según los sectores de actividad de la Bolsa de Madrid.

³ Las empresas de la muestra se enumeran en el Anexo 1 de este documento, expuestas según la clasificación sectorial de la Bolsa de Madrid

Tabla 2.1. Empresas del análisis según sector productivo

Sector productivo	Nº Empresas	%
Materiales básicos, industria y construcción	15	30%
Servicios financieros e inmobiliarios	9	18%
Servicios de consumo	7	14%
Petróleo y energía	8	16%
Bienes de consumo	7	14%
Tecnología y telecomunicaciones	4	8%
TOTAL	50	100%

Se ha procedido a analizar 12 características consideradas estadísticamente como variables en cada uno de los 50 códigos éticos. La selección de variables se ha realizado en base a los siguientes criterios:

- Por la reiteración observada de dichas variables en los códigos éticos de las empresas de la muestra.
- De forma que sean representativas de la posición de la empresa ante cada uno de sus grupos de interés.
- Para que garanticen la cobertura de los diez principios del Pacto Mundial de la ONU, los cuales gozan de consenso universal y derivan de declaraciones de Naciones Unidas en materia de derechos humanos, empleo, medio ambiente y políticas anticorrupción. A dicho pacto están adheridas el 78% de las empresas de la muestra (Pacto Mundial, 2004).

Así resultan las doce variables que se analizan en el presente estudio:

- 1) Calidad de los productos y servicios: la empresa se compromete con la gestión y mejora de la calidad, esforzándose en la innovación y en la oferta de altos estándares de calidad a sus clientes.

- 2) Actuaciones con grupos de interés: política de actuación de la empresa respecto a sus *stakeholder*; y el compromiso de tratar con diligencia e integridad a cada uno de ellos en sus relaciones corporativas.
- 3) Utilización laboral de los bienes: la empresa debe proteger sus activos, indicando en su código ético la forma en que los trabajadores han de utilizar los recursos que la empresa pone a su disposición con el objetivo de preservarlos de eventuales pérdidas, daños, robos o de una utilización inadecuada de los mismos.
- 4) Igualdad de oportunidades: medidas que garanticen la igualdad de oportunidades entre los empleados de la compañía en el trato y el desarrollo de su carrera profesional; y que no permitan ningún tipo de discriminación por motivos de género, raza, religión, ideología, discapacidad o similares.
- 5) Salud y seguridad laboral: comprometiéndose la empresa a establecer los medios que permitan asegurar un ambiente de trabajo saludable y seguro para sus empleados, promoviendo medidas para la prevención de riesgos laborales.
- 6) Medio ambiente: responsabilidad medioambiental de la empresa, que reconoce en su código ético el compromiso con el desarrollo sostenible y la minimización de los impactos medioambientales que pueda ocasionar su actividad.
- 7) Procedimiento sancionador de incumplimientos del código: institución de un organismo y/o procedimiento de denuncia y sanción de posibles incumplimientos del contenido del código
- 8) Defensa de la competencia: compromiso por parte de la empresa de actuar de manera leal en el mercado respecto a sus competidores, de sujetarse a la legalidad en dicha materia y de evitar cualquier tipo de actuación que suponga una violación de la libre competencia.

- 9) Acoso laboral y sexual: prohibición de posibles abusos laborales o de tipo sexual, garantizando un entorno laboral seguro y favorable.
- 10) Formación de trabajadores: compromiso con la oferta de planes de formación en la empresa y con el desarrollo profesional de sus trabajadores.
- 11) Blanqueo de capitales: compromiso manifestado por la empresa en su código ético de evitar esta mala práctica mercantil.
- 12) Conciliación laboral y familiar: establecimiento de medidas y programas destinados a facilitar el equilibrio entre las responsabilidades laborales y familiares de los trabajadores de la empresa.

2.2. METODOLOGÍA EMPLEADA

A partir de la observación de los códigos éticos de cada una de las 50 empresas, se ha elaborado una base de datos en la que se analizan esas 12 variables en términos dicotómicos, determinando si el código ético de cada empresa recoge medidas para cada una de dichas variables. Si en el código ético de la empresa existen medidas sobre la variable considerada, se calificará con un 1. De lo contrario se calificará con un 0, construyéndose así la base de datos que se detalla como ejemplo en la Tabla 2.2 de este documento.

Tabla 2.2. Base de datos

	Actuaciones con grupos de interés	Calidad productos y servicios	Utilización laboral de los bienes	...	Formación de los trabajadores	Blanqueo de capitales	Conciliación laboral y familiar
ABERTIS	1	1	0	...	1	1	0
ACCIONA	1	1	1	...	0	0	0
ACERINOX	1	1	1	...	1	0	0
...
VISCOFAN	1	1	0	...	0	0	0
BORGES	1	1	1	...	0	0	0

Para realizar el análisis estadístico univariante, se han agrupado las empresas por sectores, para calcular posteriormente el porcentaje de empresas que recoge cada una de las variables en su código ético. Esto nos permite realizar una comparación de las medias por sectores y de cada sector con las medias generales de la totalidad de la muestra.

Posteriormente se ha realizado el estudio estadístico multivariante, realizando en primer lugar un análisis de componentes principales con correlaciones policóricas, de cara a reducir el número de variables iniciales. Dicha reducción se lleva a cabo agrupando aquéllas variables que tienen una alta correlación entre sí. El resultado es un número determinado de componentes, que son combinaciones lineales de las variables originales y que están incorrelacionadas entre sí, quedando resumida la información de las variables originales (Uriel y Aldás, 2005).

Debido a que tenemos una base de datos con variables de carácter dicotómico, se ha realizado el análisis de componentes principales basándonos en correlaciones policóricas, aprovechando su disponibilidad en el paquete estadístico Xlstat. La matriz de correlaciones policóricas se obtiene a partir de las correlaciones de Pearson de la siguiente manera: “Sean dos variables, originalmente continuas y distribuidas en forma normal bivalente, que se dicotomizan arbitrariamente. La correlación policórica obtenida sobre las dicotomías resultantes es el estimador máximo verosímil de la correlación de Pearson que había entre los continuos originales” (Ferrando, 1996, p.401).

Estudios anteriores, como el de Burga León (2006), demuestran que no es adecuado utilizar correlaciones de Pearson cuando se analizan variables dicotómicas, como es el caso del presente estudio, puesto que dichas correlaciones son adecuadas sólo para variables de tipo continuo.

Además, se ha demostrado que, en estudios que contienen variables de tipo dicotómico, la varianza explicada usando matrices de correlaciones policóricas es mayor que la encontrada utilizando matrices de Pearson (Burga León, 2006).

También se ha introducido una rotación de componentes principales o factores varimax⁴ con el objetivo de facilitar el análisis de las correlaciones de cada variable original con cada una de las componentes, y con ello su interpretación.

Para seleccionar el número de componentes a retener para el análisis, se ha seguido el criterio de la media aritmética o criterio de Kaiser, reteniéndose aquellas componentes con un valor propio superior a la unidad (Uriel y Aldás, 2005).

Como resultado del análisis de componentes principales con correlaciones policóricas que acabamos de detallar, se han obtenido las puntuaciones factoriales, sobre las que aplicaremos un análisis clúster y en las que nos basaremos para la construcción de un índice sintético, el Índice Compuesto de Ética Empresarial del presente estudio.

Como se acaba de decir, y con el objetivo de analizar las diferencias entre los códigos éticos de las empresas de la muestra, se realiza un análisis clúster sobre las puntuaciones de las componentes obtenidas. En primer lugar se ha efectuado el análisis clúster por el método jerárquico aglomerativo⁵, utilizando el método de Ward para la aglomeración⁶, y la distancia euclídea al cuadrado⁷ como medida de distancia. Interpretando el dendograma resultante, se completa el análisis clúster aplicando también el procedimiento de k-medias.

⁴ El término *varimax* proviene de la maximización de la varianza. Se trata de identificar a un cierto grupo de variables con un solo factor, maximizándose así los valores propios (De la Garza et al, 2013).

⁵ Los grupos se forman secuencialmente en sucesión anidada, partiendo de tantos clúster como observaciones tiene la muestra, y en cada etapa se van juntando dos clúster hasta obtener un único clúster con todas las observaciones.

⁶ Primero se calculan los centroides de cada conglomerado. Posteriormente en cada conglomerado, se calcula la suma de las distancias de cada sujeto al centroide. Los conglomerados que se van formando son aquellos que resultan de un menor incremento de esta suma global dentro del clúster.

⁷ Considerando dos observaciones, i y j , y si denominamos x_{ik} y x_{jk} al valor que toma la variable x_k de las p existentes en dichas observaciones, la distancia euclídea al cuadrado $d(i,j)$ será tal que: $d(i,j) = \sum_{k=1}^p (X_{ik} - X_{jk})^2$ (Uriel y Aldás, 2005).

Se ha utilizado el programa SPSS siguiendo a Pérez López (2008) y también véase Pérez López (2013).

Ese análisis de conglomerados queda completado comparando los clústers resultantes mediante un análisis multivariante de la varianza (ANOVA, según sus siglas en inglés), observando cuáles son las componentes en las que se producen diferencias significativas entre clústeres.

Con las puntuaciones de las componentes que hemos obtenido en el análisis de componentes principales para cada empresa, y estudiando sus correlaciones con las variables originales, se ha construido un índice sintético, al que denominaremos como Índice Compuesto de Ética Empresarial, que permite ordenar a las empresas de la muestra en base a la extensión y calidad de sus códigos éticos.

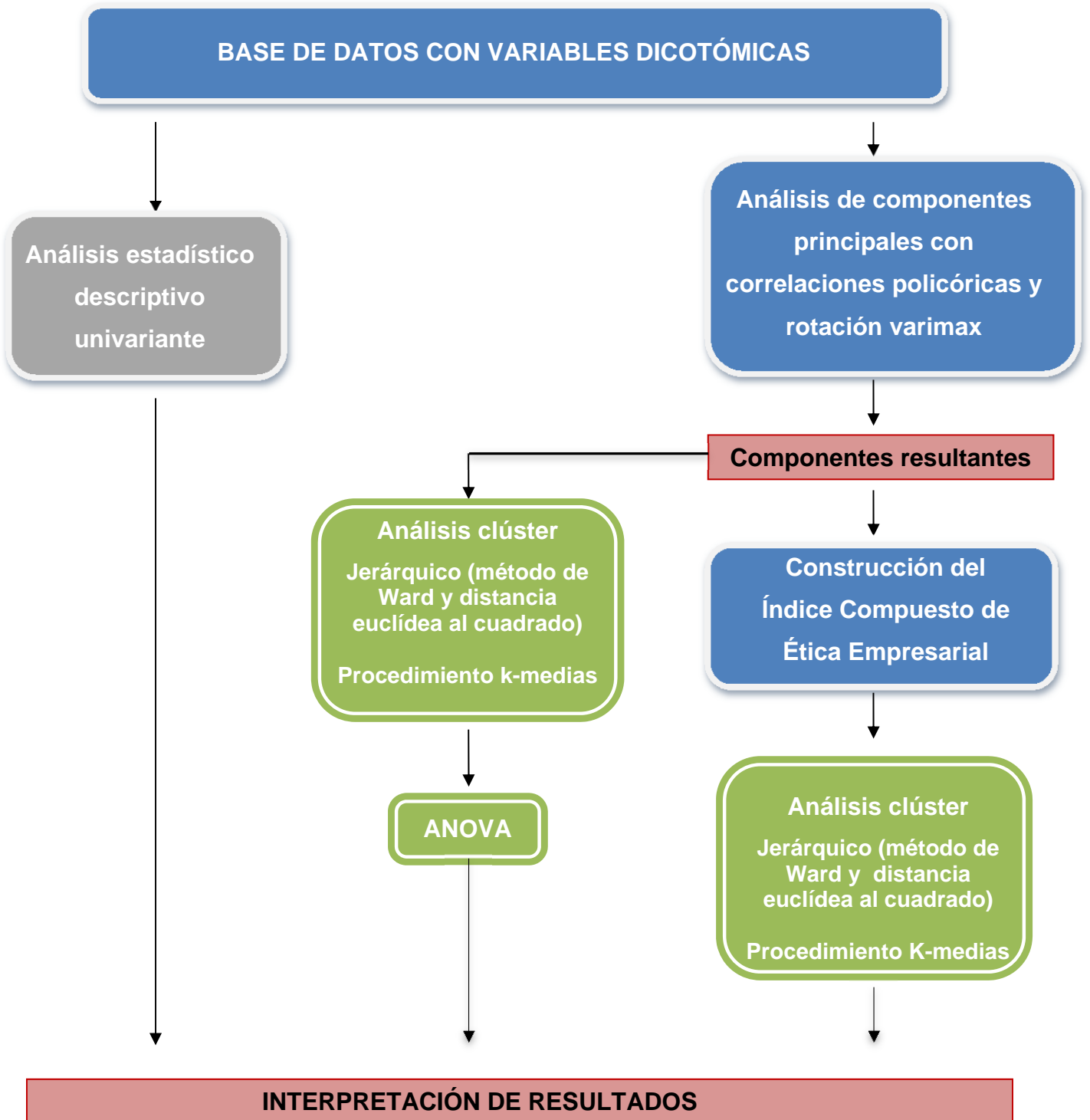
Para ello, se ha seguido la metodología propuesta por la OCDE para la construcción de indicadores compuestos (OCDE, 2008; Nicoletti *et al.*, 2000).

En concreto, la construcción de este índice se ha basado en la agregación ponderada de las puntuaciones de las componentes anteriormente seleccionadas. Dichas ponderaciones se calcularán en función de la variabilidad relativa explicada por cada componente principal respecto de la variabilidad explicada por el conjunto de las componentes seleccionadas, siguiendo la propuesta efectuada por De Simone *et al.* (2010).

En segundo lugar, y basándonos en este Índice Compuesto de Ética Empresarial que hemos construido en la etapa anterior, se realiza un análisis clúster univariante para agrupar las empresas que mayor semejanza presenten entre sus códigos éticos, empleándose las mismas técnicas que para el análisis clúster anterior.

Para terminar el análisis multivariante, se compararán los códigos éticos de los clústers resultantes, con el objetivo de alcanzar conclusiones empíricas.

Gráfico 2.1. Metodología empleada en el análisis



2.3. RESULTADOS EMPÍRICOS

A continuación se exponen los resultados empíricos obtenidos con dicha metodología. En primer lugar, presentamos un análisis descriptivo, comparando y estudiando los códigos éticos de cada uno de los sectores en los que hemos dividido nuestra muestra.

En segundo lugar, se exponen los resultados del análisis multivariante a los que se ha llegado después de aplicar las técnicas anteriormente señaladas.

2.3.1. Análisis descriptivo y correlaciones policóricas

2.3.1.1. Estadísticos descriptivos

La Tabla 2.3 recoge los principales estadísticos descriptivos para cada una de las doce variables que componen el presente estudio.

Tabla 2.3. Estadísticos descriptivos de la muestra

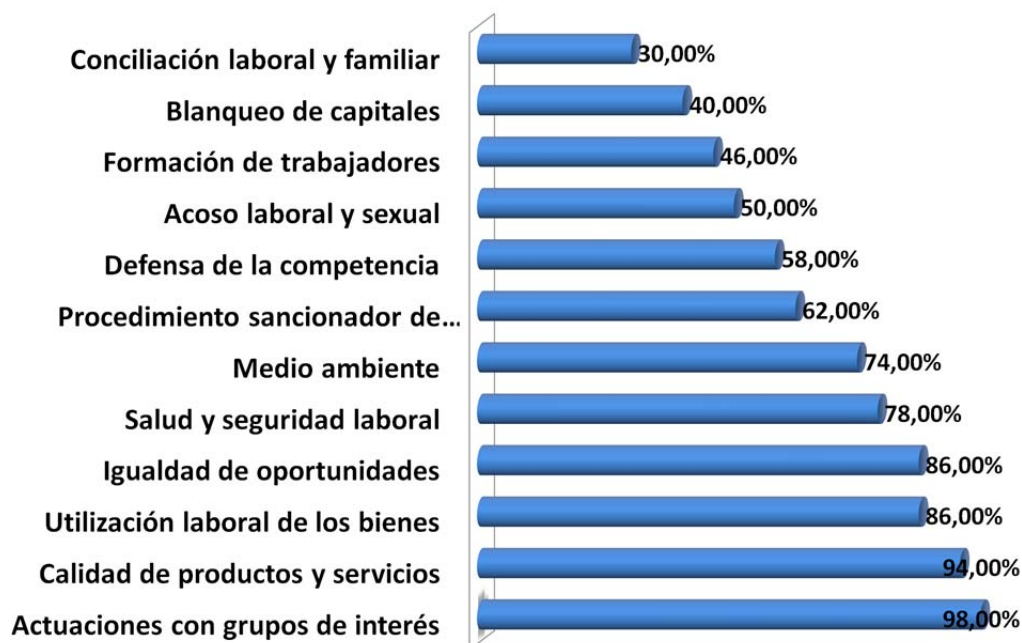
Variable	Observaciones	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típica
Actuaciones con grupos de interés	50	0,000	1,000	0,980	0,141
Calidad de productos y servicios	50	0,000	1,000	0,940	0,240
Utilización laboral de los bienes	50	0,000	1,000	0,860	0,351
Igualdad de oportunidades	50	0,000	1,000	0,860	0,351
Salud y seguridad laboral	50	0,000	1,000	0,780	0,418
Medio ambiente	50	0,000	1,000	0,740	0,443
Procedimiento sancionador	50	0,000	1,000	0,620	0,490
Defensa de la competencia	50	0,000	1,000	0,580	0,499
Acoso laboral y sexual	50	0,000	1,000	0,500	0,505
Formación de trabajadores	50	0,000	1,000	0,460	0,503
Blanqueo de capitales	50	0,000	1,000	0,400	0,495
Conciliación laboral y familiar	50	0,000	1,000	0,300	0,463

Se observa que el valor mínimo y el valor máximo de cada variable original es de 0 y 1, respectivamente, al tratarse de variables de tipo dicotómico, como se ha mencionado anteriormente en la metodología.

Se observa también que las desviaciones típicas no son excesivamente elevadas, siendo el acoso laboral y sexual y la formación de trabajadores las variables que mayor variabilidad presentan.

Las medias que se observan en la Tabla 2.3 reflejan el porcentaje de empresas de la muestra de este estudio que mencionan cada variable original en su código ético. Representando gráficamente dichos porcentajes para cada una de las 12 variables, y ordenándolos de menor a mayor, se obtiene el Gráfico 2.2 de este estudio.

Gráfico 2.2. Variables en el código ético de las empresas de la muestra general



Como se puede observar en el Gráfico 2.2, las variables que contienen medidas relativas a los trabajadores son las menos abordadas por las empresas de la muestra.

Las variables que recogen medidas para los favorecer la conciliación de la vida personal y profesional, el compromiso de promover la formación de los trabajadores, o las medidas destinadas a prohibir cualquier forma de acoso laboral y sexual, son recogidas por menos del 50% de las empresas de la muestra, siendo los porcentajes bastante reducidos en la mayoría de ellas.

Otras variables relativas a la prevención de ciertas prácticas que la empresa puede desarrollar en el mercado, como son la adopción de medidas para prevenir el blanqueo de capitales o la protección de la libre competencia también presentan porcentajes reducidos, con un 40% y un 58% de empresas que las recogen, respectivamente. A su vez, un 62% de las empresas de la muestra proporciona un mecanismo sancionador de incumplimientos del contenido del código ético.

Destaca también la concienciación medioambiental en las empresas españolas, puesto que el 74% de las empresas de la muestra manifiestan un compromiso con este aspecto, y la protección de la salud y seguridad laboral, para la cual toman medidas el 78% de las compañías en su código ético.

Por otra parte, una gran mayoría de empresas menciona y se compromete en aspectos como las relaciones con sus grupos de interés, con la calidad de los productos y servicios que ofrece a sus clientes, con la igualdad de oportunidades a los trabajadores o el uso que tienen que hacer éstos de los bienes empresariales, con porcentajes cercanos 100% en la mayoría de los casos.

2.3.1.2. Comparación por sectores

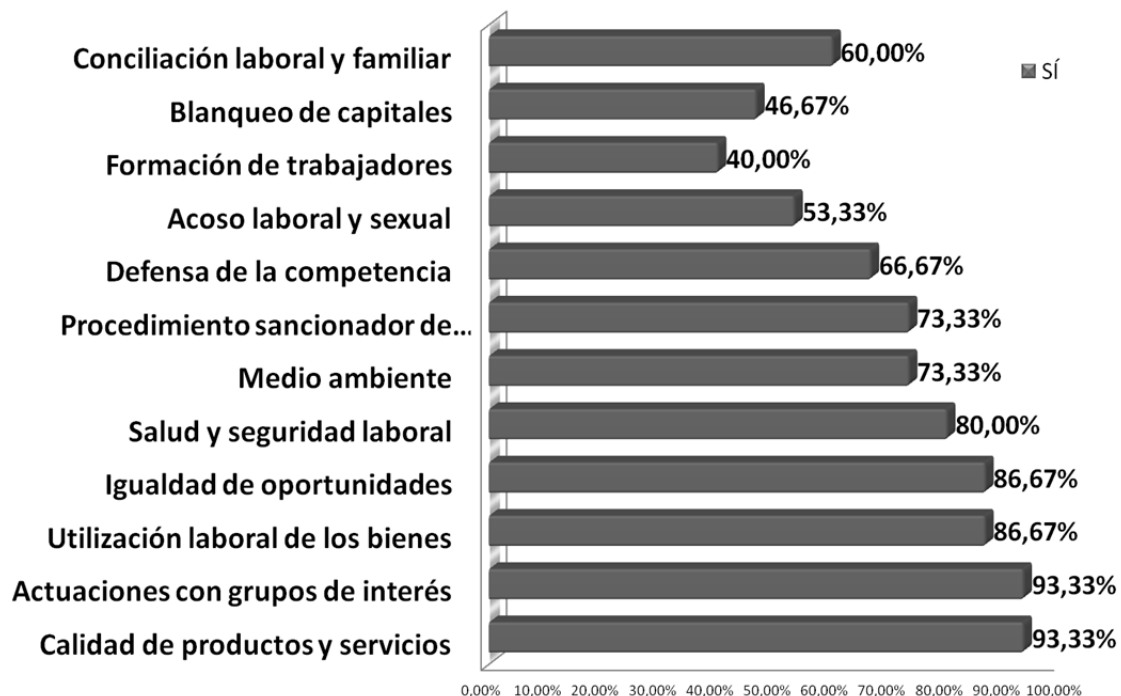
Con el objetivo de analizar diferencias sectoriales respecto del contenido de los códigos éticos, y de evaluar su calidad y amplitud, vamos a analizar cada uno de los sectores anteriormente definidos.

Para analizar los códigos éticos en los seis sectores en los que quedan divididas las empresas de la muestra, se han calculado las medias de cada variable original para cada uno de ellos, obteniéndose así los gráficos 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7 y 2.8, en los que se basará la comparación sectorial de los estadísticos descriptivos.

I. Materiales Básicos, Industria y Construcción

Como se recoge en el gráfico 2.3, las empresas de este sector presentan unos códigos éticos muy completos en relación con otros sectores de la muestra, con bastantes variables por encima de la media general. A modo de ejemplo, las medidas para evitar el blanqueo de capitales (46,67% frente a un 40% en la muestra general), la defensa de la competencia (66,67% frente a un 58%) o la existencia de un procedimiento sancionador (73,33% frente a un 62%), están por encima de la media general por tratarse de un sector en el que pueden darse con mayor facilidad malas prácticas al respecto.

Gráfico 2.3. Variables en el código ético de las empresas del sector “Materiales Básicos, Industria y Construcción” en la muestra (%).

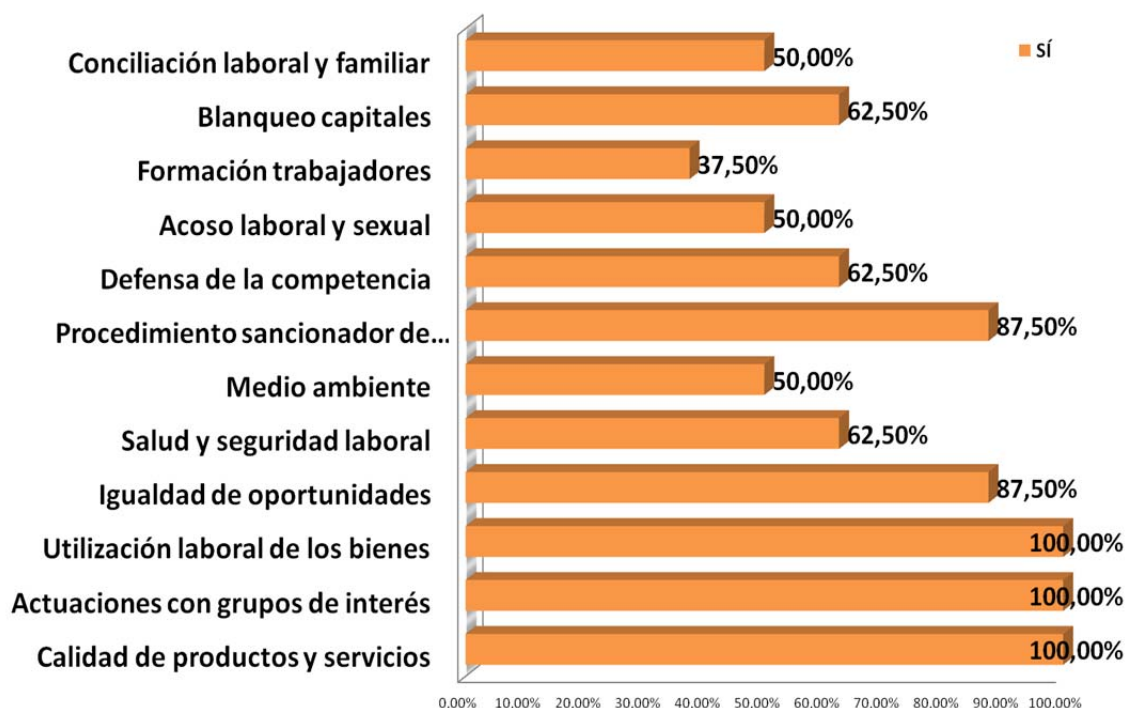


Otras variables relacionadas con los derechos laborales, como las relativas a la conciliación de la vida familiar y profesional (60% frente a un 30%), las medidas para garantizar la salud y la seguridad en el trabajo (80% frente a un 78% por ser actividades que requieren un especial tratamiento de la prevención de riesgos laborales) destacan también en los códigos éticos de las empresas de este sector. Sin embargo, el compromiso para formar a sus trabajadores está por debajo de la media (40% frente a un 46%), por tratarse de procesos productivos que no requieren una gran cualificación.

II. Servicios Financieros e Inmobiliarios

Conforme al gráfico 2.4, en este sector destaca el elevado porcentaje de empresas que recogen en sus códigos éticos las medidas destinadas a prevenir el blanqueo de capitales (62,50% frente a un 40% en la muestra general), por tratarse de prácticas que pueden desarrollarse en el sector financiero con mayor facilidad.

Gráfico 2.4. Variables en el código ético de las empresas del sector “Servicios Financieros e Inmobiliarios” en la muestra (%).



Destaca el rigor de estas empresas a la hora de establecer un procedimiento sancionador de incumplimientos del contenido del código (87,50% frente a un 62%); y el hecho de que todas las empresas de este sector regulen la utilización de los bienes, las actuaciones con grupos de interés y la calidad de sus productos y servicios.

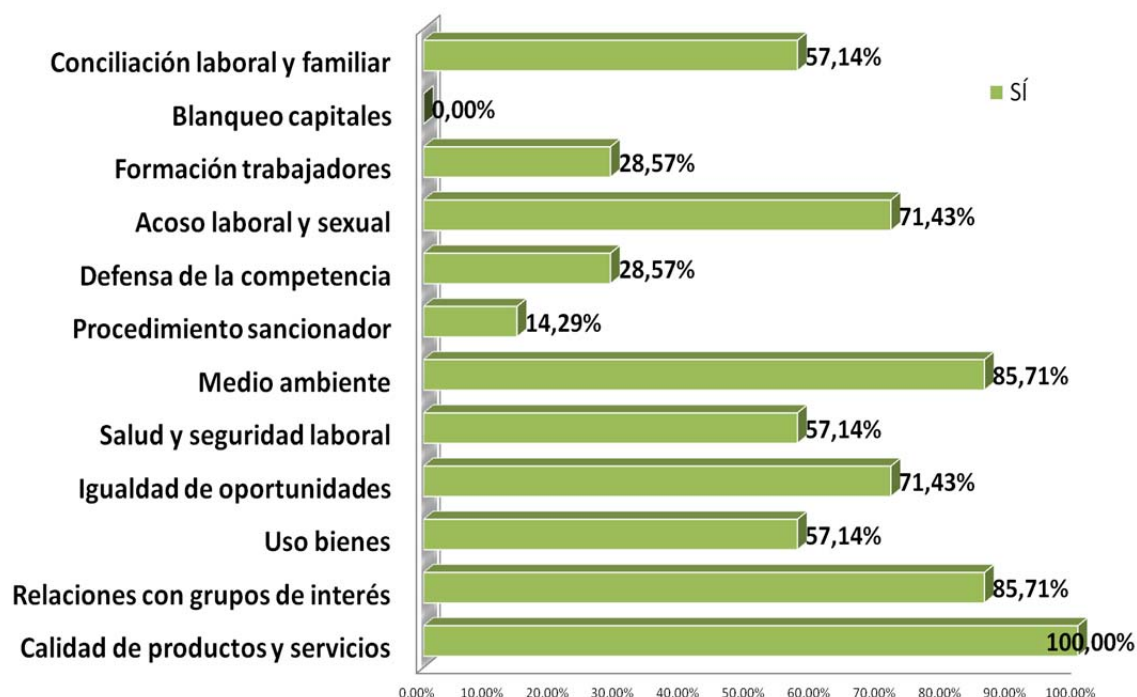
Un elevado porcentaje de empresas de este sector facilita la conciliación laboral y familiar de sus trabajadores (50% frente a un 30%). En cambio, otras variables de menor relevancia para este tipo de empresas presentan porcentajes por debajo de la media global, como las relativas a la salud y

seguridad laboral (con un 62,50% frente a un 78%), o las relacionadas con el medio ambiente (con un 50% frente a un 74% en la muestra general).

III. Bienes de Consumo

Según refleja el gráfico 2.5, este sector es el que menor extensión y calidad exhibe en sus códigos éticos. Por ejemplo, ninguna empresa del mismo recoge la prevención del blanqueo de capitales, presentando también porcentajes muy reducidos en el respeto y la defensa de la libre competencia (28,57% frente a un 58%) o en el establecimiento de un procedimiento sancionador en caso de violación del código ético (14,29% frente a un 62% en la muestra global).

Gráfico 2.5. Variables en el código ético de las empresas del sector “Bienes de Consumo” en la muestra (%).



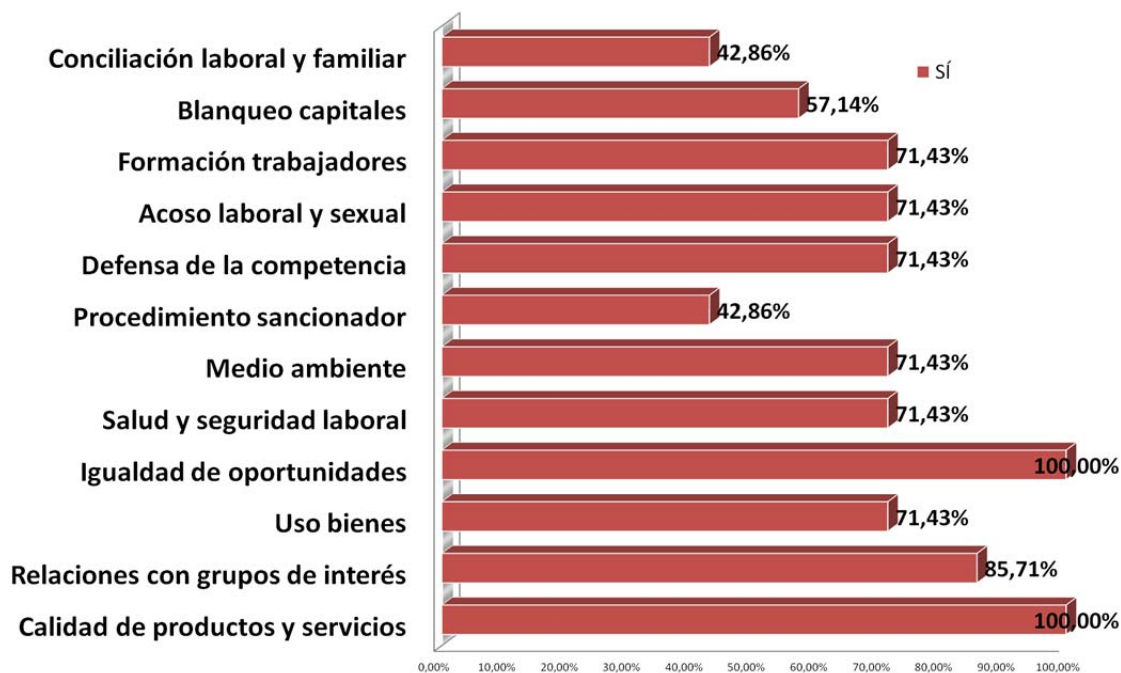
En las variables de carácter laboral, las empresas de este sector también están por debajo de la muestra general en el compromiso con la formación de sus trabajadores (28,57% frente aun 46%), en la igualdad de oportunidades (71,43% frente a un 86%) y en las normas para la utilización laboral de los bienes de la compañía (57,14% frente a un 86%).

Los únicos aspectos en que destacan por encima de la media general son los relativos al medio ambiente, con un 85,71%, y las medidas contra el acoso laboral y sexual y la conciliación laboral y familiar, que los recogen el 71,43% y el 57,14% de las empresas del sector, respectivamente.

IV. Servicios de Consumo

Examinemos el gráfico 2.6. Por el alto porcentaje de empresas del sector que las recogen, destacan el compromiso con la formación de los trabajadores, las medidas para la abolición del acoso laboral y sexual y las medidas para la defensa de la competencia (con sendos porcentajes del 71,43% frente a un 46%, un 50% y un 58% en la muestra total, respectivamente). Por otra parte, todas las empresas del sector mencionan medidas dirigidas a garantizar la igualdad de oportunidades y la calidad de sus productos y servicios.

Gráfico 2.6. Variables en el código ético de las empresas del sector “Servicios de Consumo” en la muestra (%).



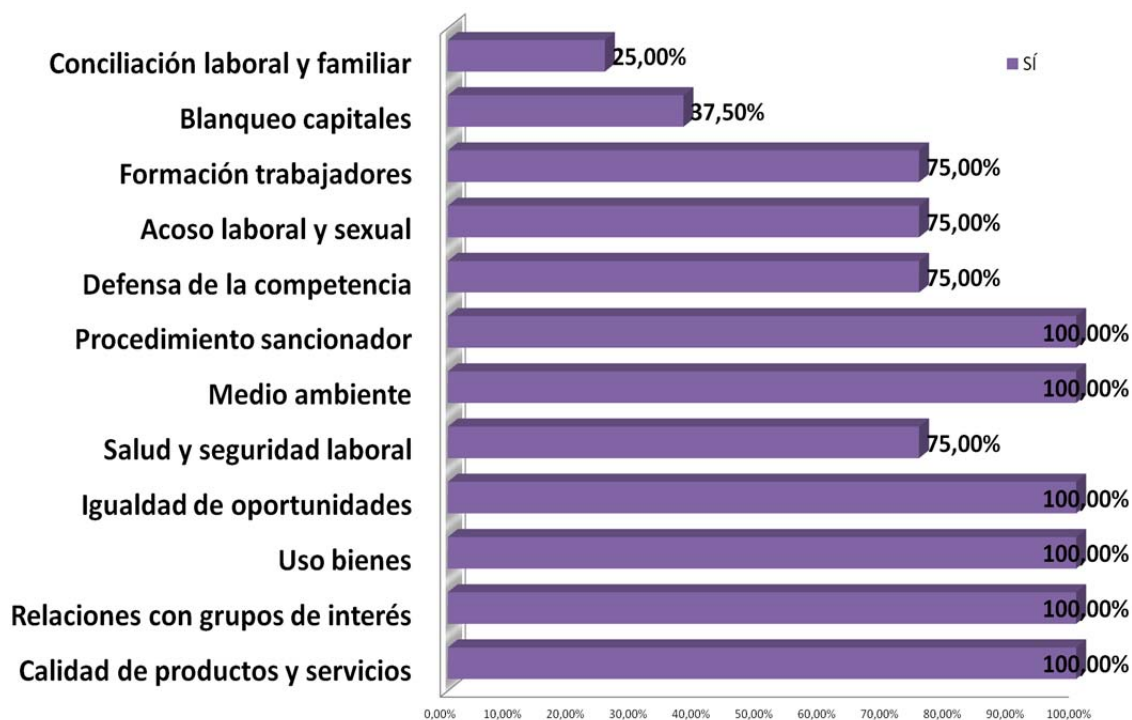
En cambio, aspectos como el establecimiento de un procedimiento sancionador (42,86% frente a un 62%), el establecimiento de un entorno laboral saludable y seguro (71,43% frente a un 78%) o la regulación del uso laboral de los bienes (71,43% frente a un 86%) están por debajo de la media global.

Por último, el 42,86% de las empresas del sector de servicios de consumo sí que se compromete a facilitar la conciliación de la vida familiar y profesional de sus trabajadores; y el 57,14% de ellas establece medidas para prevenir el blanqueo de capitales en su código ético, ambas por encima de la media considerando la totalidad de la muestra.

V. Petróleo y Energía

A la vista del gráfico 2.7, las empresas del sector del petróleo y la energía son las que mayor calidad y amplitud presentan en sus códigos éticos respecto a las variables consideradas en este análisis. Así, todas las empresas recogen acciones relacionadas con las actuaciones con sus grupos de interés, con el establecimiento de un procedimiento sancionador, con la igualdad de oportunidades entre sus trabajadores, con la forma de usar los bienes de la empresa o con la garantía de ofrecer productos y servicios de calidad al consumidor.

Gráfico 2.7. Variables en el código ético de las empresas del sector “Petróleo y Energía” en la muestra (%).



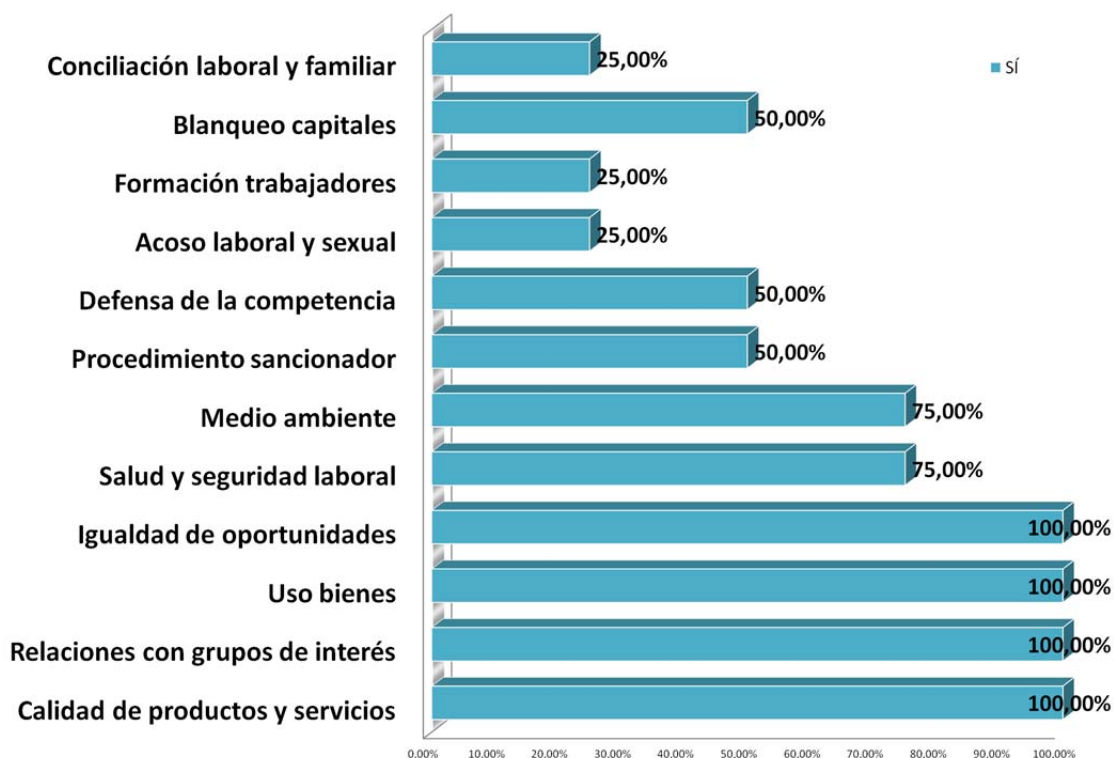
Todas las empresas se comprometen a ser medioambientalmente responsables debido al gran número de externalidades negativas que puede generar un desarrollo indebido de sus procesos productivos.

El 75% de las empresas tienen un claro compromiso con la formación de sus trabajadores habida cuenta de la complejidad y peligrosidad de las tareas que desempeñan. También presentan el mismo porcentaje aspectos como el acoso laboral y sexual y la defensa de la competencia, frente al 50% y 58% que presentan estas variables considerando la totalidad de la muestra.

VI. Tecnología y Telecomunicaciones

Como pone de manifiesto el gráfico 2.8, todos los códigos éticos del sector de la tecnología y las telecomunicaciones garantizan la calidad de sus servicios, regulan las actuaciones con sus grupos de interés, indican cómo se han de utilizar los bienes empresariales y aseguran la igualdad de oportunidades entre sus trabajadores.

Gráfico 2.8. Variables en el código ético de las empresas del sector “Tecnología y Telecomunicaciones” en la muestra (%).



En cambio, la formación de los trabajadores de la empresa (25%), las medidas para facilitar la conciliación personal y profesional de sus trabajadores (25%), la erradicación y prevención de cualquier forma de acoso laboral o sexual (25%), el establecimiento de un procedimiento sancionador (50%) o el compromiso con la defensa de la competencia (50%) presentan valores muy por debajo de la media obtenida considerando la totalidad de la muestra.

La prevención del blanqueo de capitales es la única variable que está ligeramente por encima de la media global (50%), mientras que el medio ambiente y las medidas para la salud y seguridad laboral presentan porcentajes similares a los de la media de la muestra general.

2.3.1.3. *Matriz de correlaciones policóricas*

Como podemos observar en el Anexo 2 de este documento, la matriz de correlaciones policóricas presenta valores bastante altos y un gran número de correlaciones significativas a lo largo de las 12 variables que componen el presente estudio, existiendo correlaciones cercanas a la unidad entre algunos pares de variables.

A modo de ejemplo, de entre los 18 pares de variables que están significativamente correlacionadas, las que mayor correlación presentan entre sí son el procedimiento sancionador de incumplimientos del código y la utilización laboral de los bienes, con un coeficiente de correlación positivo de 0,988; Les siguen la igualdad de oportunidades y las actuaciones con grupos de interés, que también están positivamente correlacionadas con un coeficiente del 0,979.

Estos altos coeficientes de correlación justifican la siguiente técnica de análisis multivariante que se ha aplicado, el análisis de componentes principales.

2.3.2. Estudio estadístico multivariante

Con el objetivo de realizar una evaluación de la calidad y amplitud de los códigos éticos de las empresas de la muestra, se ha realizado un estudio multivariante siguiendo las etapas indicadas en el Gráfico 2.1 del presente documento, siendo la primera de ellas la realización de un análisis de componentes principales basado en correlaciones policóricas.

2.3.2.1. Análisis de componentes principales con correlaciones policóricas

En primer lugar, a la vista del alto nivel de correlación entre las variables originales, se ha realizado un análisis de componentes principales utilizando el paquete estadístico Xlstat, con el fin de resumir la información en un número inferior de variables, las componentes del análisis.

Como expusimos en la metodología, al tener una base de datos con variables dicotómicas, se ha seguido un análisis factorial de tipo policórico y con rotación de factores varimax para facilitar el análisis de las correlaciones de cada variable original con cada una de las componentes resultantes de este estudio. Como resultado, se obtienen ocho componentes que recogen la varianza total de las variables originales, explicando cada una la variabilidad relativa que se presenta en la Tabla 2.4.

Tabla 2.4. Variabilidad explicada por cada componente principal rotado

	COMPONENTES PRINCIPALES (F)							
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
Valor propio	6,002	1,850	1,603	0,956	0,619	0,453	0,376	0,140
Variabilidad (%)	50,017	15,418	13,359	7,970	5,157	3,778	3,134	1,166
% acumulado	50,017	65,435	78,795	86,764	91,921	95,700	98,834	100,000

Como se puede observar en la Tabla 2.4, la primera componente es la que mayor información nos proporciona sobre las variables originales, por ser la de mayor varianza. Y así sucesivamente, estando ordenadas de mayor a menor porcentaje relativo de variabilidad explicada.

Según se señaló en la metodología, para seleccionar el número de componentes adecuado para el análisis, se ha seguido el criterio de la media aritmética o de Kaiser, reteniéndose aquellas componentes con un valor propio superior a la unidad (Uriel y Aldás, 2005). Según este criterio se han retenido las tres primeras componentes, que explican el 78,795% de la variabilidad total.

Con el objetivo de facilitar la interpretación de cada una de las componentes, en la Tabla 2.5 se presentan las cargas factoriales de cada variable en cada una de las tres componentes resultantes retenidas.

Tabla 2.5. Cargas factoriales policóricas entre componentes principales y variables originales

Variable original	F1	F2	F3
Actuaciones con grupos de interés	0,986	-0,121	0,054
Calidad de productos y servicios	-0,103	0,956	0,057
Utilización laboral de los bienes	0,802	0,212	-0,464
Igualdad de oportunidades	0,879	-0,284	-0,017
Salud y seguridad laboral	0,713	0,036	0,354
Medio ambiente	0,564	0,014	0,783
Procedimiento sancionador de incumplimientos del código	0,836	0,057	-0,145
Defensa de la competencia	0,620	0,477	-0,111
Acoso laboral y sexual	0,699	-0,280	0,456
Formación de trabajadores	0,644	0,586	0,098
Blanqueo de capitales	0,562	-0,367	-0,299
Conciliación laboral y familiar	0,689	-0,079	-0,550

* Los valores destacados en verde corresponden, para cada variable, a la componente para la cual el coeficiente de correlación es el más significativo.

Basándonos en las cargas factoriales recogidas en la Tabla 2.5, se procede a interpretar el significado de cada componentes principal seleccionada.

F1: Prácticas laborales y mercantiles

Por una parte, se puede observar en la Tabla 2.5 la elevada correlación positiva que presenta la primera componente (F1) con las medidas destinadas a regular la utilización de los bienes empresariales en el trabajo y también con las destinadas a garantizar los derechos laborales de los trabajadores, como son aquellas contra el acoso laboral y sexual, las medidas para garantizar la salud y seguridad laboral, la igualdad de oportunidades entre sus trabajadores,

el compromiso con la formación de los trabajadores y las medidas destinadas a facilitar la conciliación de las responsabilidades laborales y familiares.

Por otra parte, esta componente recoge el compromiso de la empresa para actuar de manera responsable en los mercados en los que desarrolle su actividad, estando positiva y significativamente correlacionada con el establecimiento de un procedimiento sancionador por incumplimientos del código ético, con las políticas de actuación con sus grupos de interés, con las medidas para velar por la defensa de la competencia y con la prevención del blanqueo de capitales.

F2: Compromiso con la calidad

La segunda componente (F2) está alta y positivamente correlacionada con la calidad de los productos y servicios. Así, esta componente refleja el compromiso de la empresa con la gestión y mejora continua de la calidad ofrecida a sus clientes, asegurando unos estándares de ésta acordes a la demanda de sus consumidores.

F3: Responsabilidad medioambiental

La tercera y última componente está altamente correlacionada con la variable que recoge las medidas relacionadas con el medio ambiente. Por lo tanto, esta componente es un indicador del grado de responsabilidad medioambiental de la empresa, del grado de compromiso empresarial con el desarrollo sostenible de su actividad y de la asunción de los impactos negativos que dicha actividad pudiere ocasionar.

La Tabla 2.6 recoge un resumen de la interpretación de las tres componentes resultantes del análisis de componentes principales. La conclusión del análisis de componentes principales da como resultado las puntuaciones de cada componente principal para cada empresa, expuestas en la Anexo 3 de este documento. Nos basaremos en estas puntuaciones factoriales para realizar el

análisis clúster que sigue a continuación y para construir el Índice Compuesto de Ética Empresarial.

Tabla 2.6. Interpretación de las componentes principales rotadas

COMPONENTE	DENOMINACIÓN	INTERPRETACIÓN
F1	Prácticas laborales y mercantiles	Actuación responsable de la empresa en los mercados y nivel de compromiso con sus trabajadores.
F2	Compromiso con la calidad	Compromiso de la empresa con la mejora continua de la calidad ofrecida a sus clientes.
F3	Responsabilidad medioambiental	Nivel de responsabilidad medioambiental y de sostenibilidad en el desarrollo de sus procesos productivos.

2.3.2.2. *Análisis clúster de las componentes principales seleccionadas*

Como ya se ha mencionado en la explicación de la metodología de este estudio, en primer lugar se ha realizado el análisis de conglomerados por el método jerárquico aglomerativo, utilizando como medida de distancia la distancia euclídea al cuadrado y como procedimiento de agrupación el método de Ward. Como resultado se ha obtenido el dendograma recogido en el Anexo 4, que nos permite comenzar a visualizar el número adecuado de clúster para realizar este estudio.

En base a dicho dendograma, se ha procedido a realizar el análisis clúster por el procedimiento de k-medias, tipificando previamente las puntuaciones, para obtener 3 clústeres, formándose los siguientes conglomerados:

Clúster 1: Banco Popular, Indra, Abengoa, CIE Automotive, Banco Sabadell, Bankia, Día, Grifols, Elecnor, Ercross, Grupo Catalana Occidente y Borges.

Clúster 2: Adolfo Domínguez y Prisa

Clúster 3: Abertis, Acciona, Acerinox, ACS, Arcelor Mittal, Banco Santander, Bankinter, BBVA, CaixaBank, Enagás, Endesa, Fomento Construcciones y Contratas, Ferrovial, Gamesa, Gas Natural, International Airlines Group,

Iberdrola, Inditex, Mapfre, Obrascón Huarte Lain, Red Eléctrica, Repsol, Sacyr, Telefónica, Cementos Molins, Codere, Fluidra, NH Hoteles, Prosegur, TecnoCom, Bodegas Riojanas, Fersa, Grupo Ezentis, Ebro Foods, Solaria y Viscofan.

El resto de resultados del clúster por el procedimiento de k-medias se exponen en el Anexo 5 de este documento.

Posteriormente, se ha realizado un análisis de la varianza (ANOVA) para observar cuáles son las componentes que diferencian mejor los tres clúster identificados, obteniéndose los resultados que se presentan en la Tabla 2.7.

Tabla 2.7. Análisis ANOVA de los clústers de componentes

ANÁLISIS DE LA VARIANZA (ANOVA)						
Componentes	Conglomerado		Error		F	p-valor
	Media cuadrática	gl	Media cuadrática	gl		
Puntuación Z(F1)	9,291	2	0,647	47	14,356	0,000
Puntuación Z(F2)	10,577	2	0,592	47	17,854	0,000
Puntuación Z(F3)	10,565	2	0,593	47	17,815	0,000

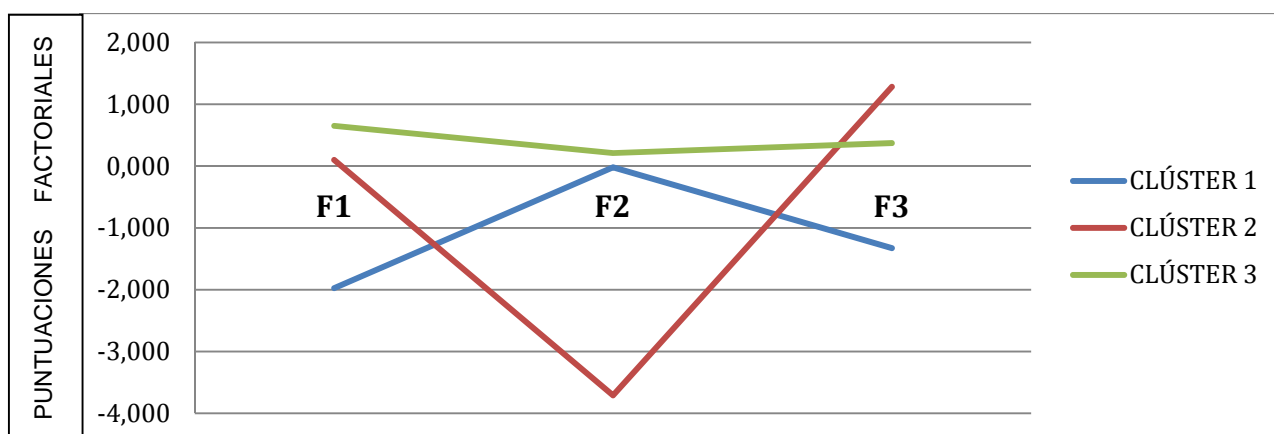
Así, se rechaza la hipótesis nula de que las puntuaciones medias en la primera componente sean iguales en cada uno de los tres clúster, con un estadístico F de 14,356 y un p-valor asociado de 0,000. Existen diferencias entre los tres clúster resultantes para las puntuaciones de la primera componente, que constituía un indicador de las prácticas laborales y mercantiles de la empresa.

También se rechaza la hipótesis nula de que las puntuaciones medias en la segunda componente sean iguales en cada uno de los tres clúster, con un estadístico F de 17,854 y un p-valor asociado de 0,000. Existen diferencias entre los tres clúster resultantes para las puntuaciones de la segunda componente (siendo además la que mejor diferencia entre grupos por tener el estadístico F más elevado), que constituía un indicador del compromiso con la calidad en la empresa.

También se rechaza la hipótesis nula de que las puntuaciones medias en la tercera componente sean iguales en cada uno de los tres clúster, con un estadístico F de 17,815 y un p-valor asociado de 0,000. Así, la responsabilidad medioambiental de las empresas presenta diferencias significativas entre los tres clúster identificados en la muestra.

Una vez que se han analizado cuáles son las componentes principales que diferencian entre los tres grupos, se analiza en qué dirección se producen tales diferencias. Para ello se ha calculado la media de las puntuaciones factoriales de cada componente para cada uno de los tres clúster. Los resultados se recogen en el Gráfico 2.9.

Gráfico 2.9. Puntuaciones factoriales en los clústers identificados



Se observa en el Gráfico 2.9 que el Clúster 3 tiene puntuaciones factoriales más elevadas en las dos primeras componentes principales (F1 y F2), si bien para la tercera componente (F3) obtiene puntuaciones inferiores en media que el segundo clúster resultante.

El Clúster 2 presenta las puntuaciones más elevadas en la tercera componente (indicador de responsabilidad medioambiental); también presenta puntuaciones intermedias en la primera componente (indicador de las prácticas laborales y mercantiles de la empresa), aunque es el clúster que obtiene, ampliamente, las peores puntuaciones factoriales en la segunda componente (indicador del compromiso con la calidad).

Por último, el Clúster 1 presenta las puntuaciones más reducidas en la primera y en la tercera componente principal, obteniendo una puntuación intermedia en la segunda componente, comparada con los otros dos clústeres.

Teniendo en cuenta la variabilidad relativa explicada por cada componente (véase Tabla 2.4), y debido a que la primera componente explica mucha más variabilidad de las variables originales que las otras dos componentes principales, se concluye que las empresas del Clúster 3 presentan códigos éticos exhaustivos; que las del Clúster 2 tienen códigos éticos intermedios; y que las empresas del Clúster 1 han elaborado los códigos éticos más reducidos de la muestra.

La Tabla 2.8 resume tanto las puntuaciones que obtiene cada clúster identificado en cada una de las tres componentes principales como el nombre de cada clúster en base a la comparación anteriormente realizada.

Tabla 2.8. Comparación y denominación de los clústers resultantes

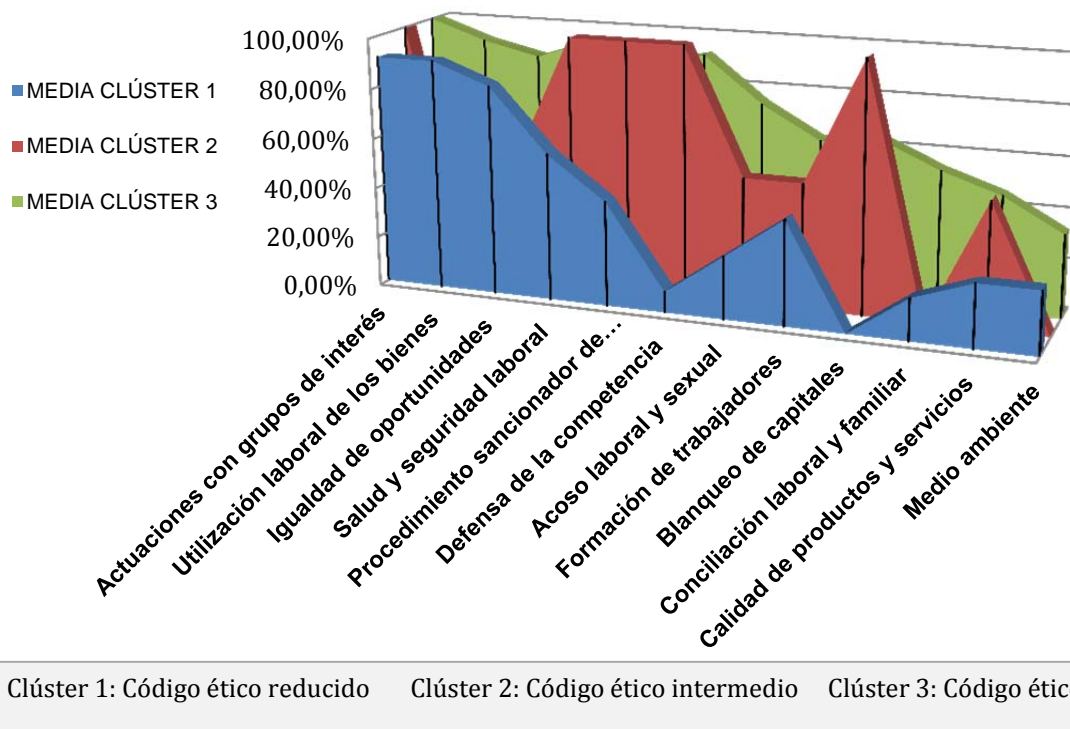
NÚMERO DE CLÚSTER Y SUS DENOMINACIONES		PUNTUACIONES FACTORIALES		
		Prácticas laborales y mercantiles (F1)	Gestión de la calidad (F2)	Responsabilidad medioambiental (F3)
Clúster 3	Códigos éticos exhaustivos	Alta	Alta	Intermedia
Clúster 2	Códigos éticos intermedios	Intermedia	Baja	Alta
Clúster 1	Códigos éticos reducidos	Baja	Intermedia	Baja

Para finalizar la comparación de los tres clústeres resultantes se expone el Gráfico 2.10, que recoge las medias de cada una de las doce variables originales en cada uno de los tres clústeres. Además, en dicho gráfico aparece el nombre de cada clúster según la interpretación que hemos realizado anteriormente.

Se observa en el Gráfico 2.10 que el Clúster 3, que se detalla en color verde, obtiene los porcentajes más elevados en todas las variables consideradas en este análisis, salvo en la relativa al blanqueo de capitales, en la que el Clúster

2 presenta una media superior. En función de ello, consideramos que las empresas del Clúster 3 poseen códigos éticos exhaustivos.

Gráfico 2.10. Comparación de medias de las variables originales en cada clúster



Igualmente, se observa en dicho gráfico que el Clúster 2 presenta los segundos mejores porcentajes en las variables originales, por lo que las empresas pertenecientes a este conglomerado elaboran códigos éticos intermedios.

Las empresas del Clúster 1 son las que obtienen medias más reducidas respecto de las 12 variables consideradas, por lo que las empresas que conforman este conglomerado elaboran códigos éticos reducidos.

2.3.2.3. Índice Compuesto de Ética Empresarial

De cara a la construcción del Índice Compuesto de Ética Empresarial (ICEE), que permite ordenar a las empresas de la muestra en base a la calidad y amplitud del contenido de sus códigos éticos, se ha seguido la metodología propuesta por la OCDE para la construcción de indicadores compuestos

(OCDE, 2008), y más específicamente, el estudio desarrollado por Giuseppe Nicoletti, colaborador del departamento económico de dicha institución (Nicoletti *et al.*, 2000).

Así, la construcción de este índice se ha basado en la agregación ponderada de las puntuaciones de las componentes anteriormente seleccionadas, que se recogen en el Anexo 3 de este documento. Dichas ponderaciones se calcularán en función de la variabilidad relativa explicada por cada componente principal (veáse la Tabla 2.4) respecto de la variabilidad explicada por el conjunto de las componentes seleccionadas (78,795%).

Por lo tanto, para el cálculo de las ponderaciones de cada componente (W_i), se ha considerado la variabilidad explicada por cada una de ellas, pero ajustada a una escala del 100%. Es decir, se han reajustado para tomar la base del 100% de variabilidad total explicada, en lugar del 78,795% que recogen las tres componentes seleccionadas. Para realizar dicho ajuste se ha tomado como ejemplo el análisis realizado por De Simone *et al.* (2010). La Tabla 7 recoge los pesos ajustados a esta nueva escala, con los que posteriormente se procederá a construir el ICEE.

Tabla 2.9. Ponderaciones corregidas de las componentes seleccionadas

Porcentaje de variabilidad explicada	Componente			TOTAL
	1	2	3	
% variabilidad explicada original	50,017	15,418	13,359	78,795
% variabilidad explicada corregida	63,48	19,57	16,95	100

Siguiendo esta metodología, la fórmula empleada para la construcción del índice resultaría tal que:

$$ICEE_j = \sum_{i=1}^{k=3} PFi * Wi$$

donde:

i =número de la componente principal seleccionada ($i=1,2,3$).

j =nombre de cada empresa de la muestra ($j=1,2,3,\dots,50$).

PF=puntuaciones factoriales de las componentes seleccionadas (Anexo 3).

W= peso o ponderación de cada una de las componentes en función de su variabilidad explicada.

Así, la fórmula final para el cálculo del ICEE para una empresa cualquiera “ i ” resulta tal que:

$$ICEE_i = PF_{1i} * 0,6348 + PF_{2i} * 0,1957 + PF_{3i} * 0,1695$$

Posteriormente, se ha procedido a estandarizar el índice compuesto resultante, para ajustarlo a una escala donde el cero es el valor mínimo (Abengoa), y el diez es la calificación máxima (Fomento Construcciones y Contratas), aplicando para ello la siguiente fórmula:

$$ICEE_i = \frac{ICEE_i - ICEE_{min}}{ICEE_{máx} - ICEE_{min}}$$

Calculando dicho índice estandarizado para todas las empresas, los resultados obtenidos son, ordenados de mayor a menor puntuación, los que se recogen en el Anexo 6 del presente documento.

Con objeto de extraer conclusiones empíricas, se procede a agrupar a las empresas de la muestra en base a sus calificaciones obtenidas en el ICEE que acabamos de construir. Para ello se realiza un análisis clúster univariante con dicho índice, para posteriormente explicar las diferencias entre los clústers que obtengamos.

2.3.2.4. *Análisis clúster del Índice Compuesto*

Se ha procedido a agrupar a las empresas de la muestra en base a su calificación en el índice compuesto que acabamos de construir, mediante un análisis clúster con el paquete estadístico SPSS.

Se han seguido las mismas técnicas que en el análisis clúster anterior, es decir, se ha realizado el análisis de conglomerados por el método jerárquico aglomerativo, utilizando como medida de distancia la distancia euclídea al cuadrado y como procedimiento de agrupación el método de Ward. Como resultado se ha obtenido el dendograma que podemos ver en el Anexo 7 de este documento, que nos permitirá definir el número adecuado de clústeres para realizar este estudio.

En base a dicho dendograma, se ha procedido a realizar el análisis clúster por el procedimiento de k-medias, para obtener 5 clústeres y poder hacer una diferenciación más detallada de los mismos, obteniéndose los siguientes conglomerados:

Clúster 1: Fomento Construcciones y Contratas, Iberdrola, Enagás, Repsol, Acerinox, Endesa, Fersa, Gamesa, Cementos Molins, Sacyr, Bankinter, Codere, BBVA, Obrascón Huarte Lain, Fluidra, Mapfre, Gas Natural e Inditex.

Clúster 2: Abengoa.

Clúster 3: Prosegur, Bodegas Riojanas, Día, Grifols, Bankia, Indra, Adolfo Domínguez, Borges, Banco Popular, Ercross, Ebro Foods y Viscofan.

Clúster 4: Banco Santander, Solaria, Ferrovial, Abertis, ACS, Grupo Ezentis, NH Hoteles, TecnoCom, Prisa, Acciona, Red Eléctrica, International Airlines Group, Telefónica, CaixaBank, Arcelor Mittal, Banco Sabadell y Elecnor.

Clúster 5: Grupo Catalana Occidente y CIE Automotive.

El resto de resultados del clúster por el procedimiento de k-medias se exponen en el Anexo 8 de este documento. Se procede ahora a analizar el contenido de los códigos éticos en los cinco clústeres resultantes, calculando las medias de las variables originales para cada uno de ellos. Así, en el Anexo 9 aparecen representadas todas estas medias para cada uno de los cinco clúster.

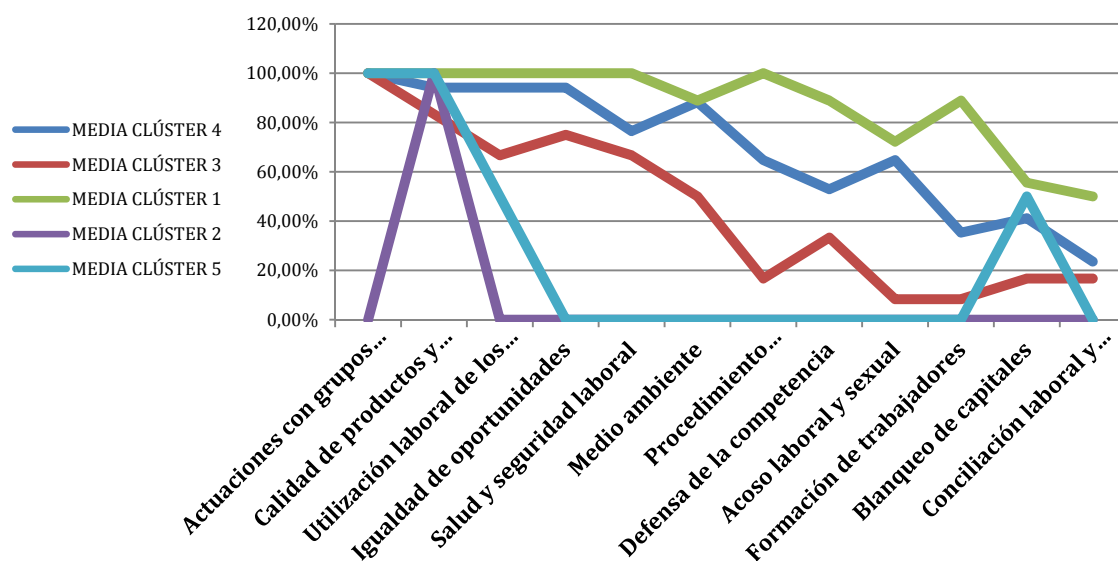
Dichas medias se han representado gráficamente para concluir la comparación y poder alcanzar conclusiones de cada uno de los cinco clúster que hemos obtenido en el análisis clúster del índice sintético que acabamos de construir. Así, la Tabla 2.10 recoge, ordenados de mayor a menor calidad, la denominación propuesta para cada clúster.

Tabla 2.10. Denominación de cada clúster resultante

Clúster 1	Códigos Éticos avanzados	18	36%
Clúster 4	Códigos Éticos amplios	17	34%
Clúster 3	Códigos Éticos de calidad intermedia	12	24%
Clúster 5	Códigos Éticos reducidos	2	4%
Clúster 2	Códigos Éticos muy reducidos	1	2%

Para concluir la comparación, el Gráfico 2.11 representa el porcentaje de empresas por clúster que recogen cada variable original.

Gráfico 2.11. Medias de las variables originales en cada clúster (%)



- El clúster 1 presenta las medias más altas en las variables originales, por lo que las empresas que componen este clúster tienen códigos éticos avanzados.
- El clúster 4 presenta los siguientes mejores porcentajes, por lo que las empresas que componen este clúster tienen códigos éticos amplios.

- Las medias de las variables originales en el clúster 3 no son muy elevadas, por lo que las empresas que conforman este clúster elaboran códigos éticos de calidad intermedia.

- Ninguna empresa del clúster 5 recoge en sus códigos muchas de las variables de este análisis, por lo que sus empresas elaboran códigos éticos reducidos.

- Abengoa, que conforma el clúster 2, sólo recoge la calidad de los productos y servicios en su código ético, por lo que se trata de un código muy reducido, presentando la peor valoración en la clasificación del índice compuesto que hemos construido.

CAPÍTULO III. CONCLUSIONES

- ✚ Como hemos podido observar a lo largo del análisis descriptivo de este estudio, el contenido de los códigos éticos varía en términos sectoriales en función de las demandas específicas en materia de responsabilidad social corporativa de cada sector en relación con cada una de las variables del análisis. Así, las empresas del sector energético y petrolífero recogen en su código ético medidas para contrarrestar sus posibles externalidades en materia medioambiental, mientras que las del sector de la industria, materiales básicos y construcción garantizan con mayor frecuencia que en otros sectores la salud y seguridad laboral de sus trabajadores.
- ✚ En los códigos éticos de las empresas de la muestra global de este estudio se encuentran escasas referencias sobre las variables relativas a sus trabajadores (por ejemplo, sólo un 30% de ellas recoge medidas para facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral, un 46% se compromete formar a sus trabajadores, y un 50% toma medidas para evitar el acoso laboral y sexual), comparadas con el elevado porcentaje de empresas que recoge en su código ético un compromiso con la calidad de sus productos y servicios (94%). Por ello, en base al contenido de los códigos éticos analizados, podemos concluir que la gran empresa cotizada española parece no conceder excesiva importancia a la protección de las inversiones específicas respecto de sus trabajadores.
- ✚ En el análisis clúster sobre las puntuaciones factoriales se observan diferencias significativas entre los tres grupos resultantes, tal y como refleja el análisis ANOVA del presente estudio. A su vez, cabe recordar que la primera componente es un indicador de la regulación de las prácticas laborales y mercantiles en el código ético; que la segunda componente es un indicador del compromiso con la calidad; y que la tercera componente conforma un indicador de la responsabilidad medioambiental de la empresa.

Considerando lo anterior, se concluye que existen diferencias significativas en el contenido de los códigos éticos de las empresas de la muestra. Así, tras un análisis, se ha denominado a cada uno de los tres clúster como de contenido exhaustivo, intermedio y reducido.

- ✚ Se concluye que también existen diferencias significativas en cuanto a la calidad y amplitud de los códigos éticos de la empresa española cotizada, en base al Índice Compuesto de Ética Empresarial (ICEE) construido en este estudio y al análisis clúster que hemos realizado sobre el mismo. Éste último ha permitido clasificar a las empresas de la muestra en cinco grupos que presentan calificaciones semejantes en el ICEE construido; Códigos éticos avanzados, códigos éticos amplios, códigos éticos de calidad intermedia, códigos éticos reducidos y códigos éticos muy reducidos, este último formado exclusivamente por Abengoa.

- ✚ El hecho de que Abengoa sea la empresa que, ampliamente, obtiene la peor calificación en el índice que hemos construido (sólo recoge en su código ético el compromiso con la calidad de sus productos de entre las doce variables analizadas en este estudio), unido a su reciente desaparición del índice bursátil IBEX 35 por estar en una situación de concurso de acreedores, parece demostrar que el desarrollo de la responsabilidad social corporativa y los valores éticos tienen importantes consecuencias prácticas para la empresa. Así, Abengoa ejemplifica la afirmación que K. Blanchard realizó en 1990: “Dirigir una empresa sólo por los beneficios es como jugar al tenis con la mirada puesta en el marcador y no en la pelota” (Blanchard, 1990, p.128).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayuso, S. y Garolera, J. (2012): “Códigos éticos de las empresas españolas: ¿Qué compromisos contienen?”, *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, 4, pp. 77-103.
- Baylos Grau, A. (2004): *Códigos de conducta y buenas prácticas en las empresas. El problema de su exigibilidad jurídica*, Consejo General del Poder Judicial, Madrid.
- Blanchard, K. (1990): “El poder ético del directivo”, Editorial Grijalbo, Barcelona.
- Burga León, A. (2006): “La unidimensionalidad de un instrumento de medición: perspectiva factorial”, *Revista de Psicología*, 24, pp. 53-80.
- Calvo Gallego, F. J. (2008): *Códigos éticos y derechos de los trabajadores. Una aproximación a la práctica en las empresas españolas*, Ed. Bomarzo, Albacete.
- Comisión de la Unión Europea (2011): “Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas”, COM (681) final, 25 octubre. Bruselas. Disponible en libre acceso y consultado por última vez a fecha de 19/06/2016: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:ES:PDF>
- Consulting Group of the Division of Statistics and Scientific Computing (1995): “Factor analysis using SAS Proc Factor”, University of Texas at Austin, Austin. Disponible en libre acceso y consultado el 1/07/2016. http://www.ats.ucla.edu/stat/sas/library/factor_ut.htm

- Costello, A. B. y Osborne, J. W. (2005): "Best practices in exploratory Factor Analysis: four recommendations for getting the most from your analysis", *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 10, pp. 1-9.
- De la Garza García, J.; Morales Serrano, B. N. y González Cavazos, B. A. (2013): *Análisis estadístico multivariante; un enfoque teórico práctico*, Ed. McGraw-Hill, México.
- De Simone, E.; Ercolano, S. y Gaeta, G. (2010): "Exploring Convergence in some OECD Public Social Expenditure Trends", MPRA Paper n° 22496, Universidad de Múnich, Múnich.
- Donaldson, T. y Werhane, P. H. (1989): *Introduction to Ethical Reasoning*, 2ª ed., Prentice-Hall, Englewood Cliffs (N.J.). Disponible en libre acceso y consultado por última vez a fecha de 30/06/2016. http://faculty.tuck.dartmouth.edu/images/uploads/faculty/adam-kleinbaum/introduction_to_ethical_reasoning.pdf
- Ferrando, P. J. (1996): "Evaluación de la unidimensionalidad de los ítems mediante análisis factorial", *Revista Psicothema*, 8, p. 401.
- Friedman, M. (1962): *Capitalism and Freedom*, Chicago, University of Chicago Press.
- Goodpaster, K. E. y Matthews, J. B. (1982): "Can a corporation have a conscience?", *Harvard Business Review*, January, pp 133-134.
- Guerras Martín, L. A. y Navas López, J. E. (2012): *Fundamentos de dirección estratégica de la empresa*, Ed. Civitas, Pamplona.
- Hopkins, M. (2016): *CSR and sustainability: From the margins to the mainstream*, Editorial Greenleaf Publishing, Sheffield, pp. 82-96.

- Kant, I. (2000): *Crítica de la razón práctica*, Alianza, Madrid.
- Kant, I. (2006): *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*, Espasa Calpe, Madrid.
- Kaptein, M. (2004): “Business codes of multinational firms: what do they say?”, *Journal of Business Ethics*, 50, pp. 13-31.
- Nicoletti, G.; Scarpetta, S. y Boylaud, O. (2000): “Summary Indicators of Product Market Regulation with an Extension to Employment Protection Legislation”, OCDE Economics Department Working Papers 226, Publicaciones de la OCDE, París.
- OCDE-Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (2008). *Handbook on Constructing Composite Indicators*. OCDE, París. Disponible en libre acceso y consultado el 21/06/2016. <http://www.oecd.org/std/42495745.pdf>
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2004): Principios en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medioambiente y anticorrupción. Disponible en libre acceso y consultado el 25/06/2016. <http://www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/>
- Pérez López, C. (2008): *Técnicas de Análisis Multivariante de datos: aplicaciones con SPSS*, Ed. Pearson Prentice-Hall, Madrid.
- Pérez López, C. (2013): *Análisis Multivariante de datos: aplicaciones con IBM SPSS, SAS y Statgraphics*, Ed. Garceta, Madrid.
- Prieto Alaiz, M.M. (2016): “Análisis Multivariante de Datos Económicos”, material docente de la asignatura, curso académico 2015/2016, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Valladolid, Valladolid.

Proyecto de Investigación DER (2016): “La dimensión laboral de la internacionalización de la empresa española: códigos éticos”, Repositorio Oficial del Proyecto de Investigación DER, Universidad de Salamanca, Salamanca. Disponible en libre acceso y consultado el 25/06/2016 http://diarium.usal.es/rse_multinacionales/codigos-eticos/

Rodríguez Fernández, J. M. (2007). “Responsabilidad social corporativa: práctica frente a teoría”, *Ekonomiaz*, 65, pp. 12-49.

Rodríguez Fernández, J. M.; Melle Hernández, M. y Sastre Centeno, J. M. (2007): “Gobierno y Responsabilidad social de la empresa”, AECA, Madrid.

Rodríguez Fernández, J. M. (2016): “Responsabilidad social y gobierno de la empresa”, material docente de la asignatura, curso académico 2015/1016, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Valladolid, Valladolid.

Ruiz Lozano, M. y Araque Padilla, R. (2013): “¿Son los códigos éticos un instrumento para proteger al *stakeholder* consumidor? Un estudio de los sectores financiero, energético y de telefonía españoles”, *Revista de Contabilidad*, 16, pp. 159-168.

Uriel Jiménez, E. y Aldás Manzano, J. (2005): *Análisis multivariante aplicado: aplicaciones al marketing, a la dirección de empresas y al turismo*, Ed. Thompson, Madrid.

Valor, C. y De la Cuesta, M. (2007): “Códigos éticos: análisis de la eficacia de su implementación”, *Revista Innovar*, 17, pp. 19-30.

ANEXOS

Anexo 1. Empresas de la muestra por sectores de la Bolsa de Madrid

MATERIALES BÁSICOS, INDUSTRIA Y CONSTRUCCIÓN	SERVICIOS FINANCIEROS E INMOBILIARIOS	BIENES DE CONSUMO	PETRÓLEO Y ENERGÍA
ACS FERROVIAL FCC GAMESA OBRASCÓN HUARTE LAIN SACYR VALLEHERMOSO ACCIONA ACERINOX	BANCO SABADELL BANCO POPULAR BANCO SANTANDER BANKIA BANKINTER BBVA CAIXABANK MAPFRE GRUPO CATALANA OCCIDENTE	GRIFOLS INDITEX ADOLFO DOMÍNGUEZ BODEGAS RIOJANAS EBRO FOODS VISCOFAN BORGES	ENAGÁS ENDESA GAS NATURAL IBREDROLA RED ELÉCTRICA SOLARIA REPSOL FERSA
ARCELOR MITTAL CEMENTOS MOLINS CIE AUTOMOTIVE		TECNOLOGÍA Y TELECOMUNICACIONES	SERVICIOS DE CONSUMO
ELECNOR FLUIDRA ERCROSS ABENGOA		INDRA TELEFÓNICA TECNOCOM GRUPO EZENTIS	DIA INTERNATIONAL AIRLINES GROUP ABERTIS CODERE NH HOTELES PROSEGUR PRISA

Anexo 2. Matriz de correlaciones policóricas

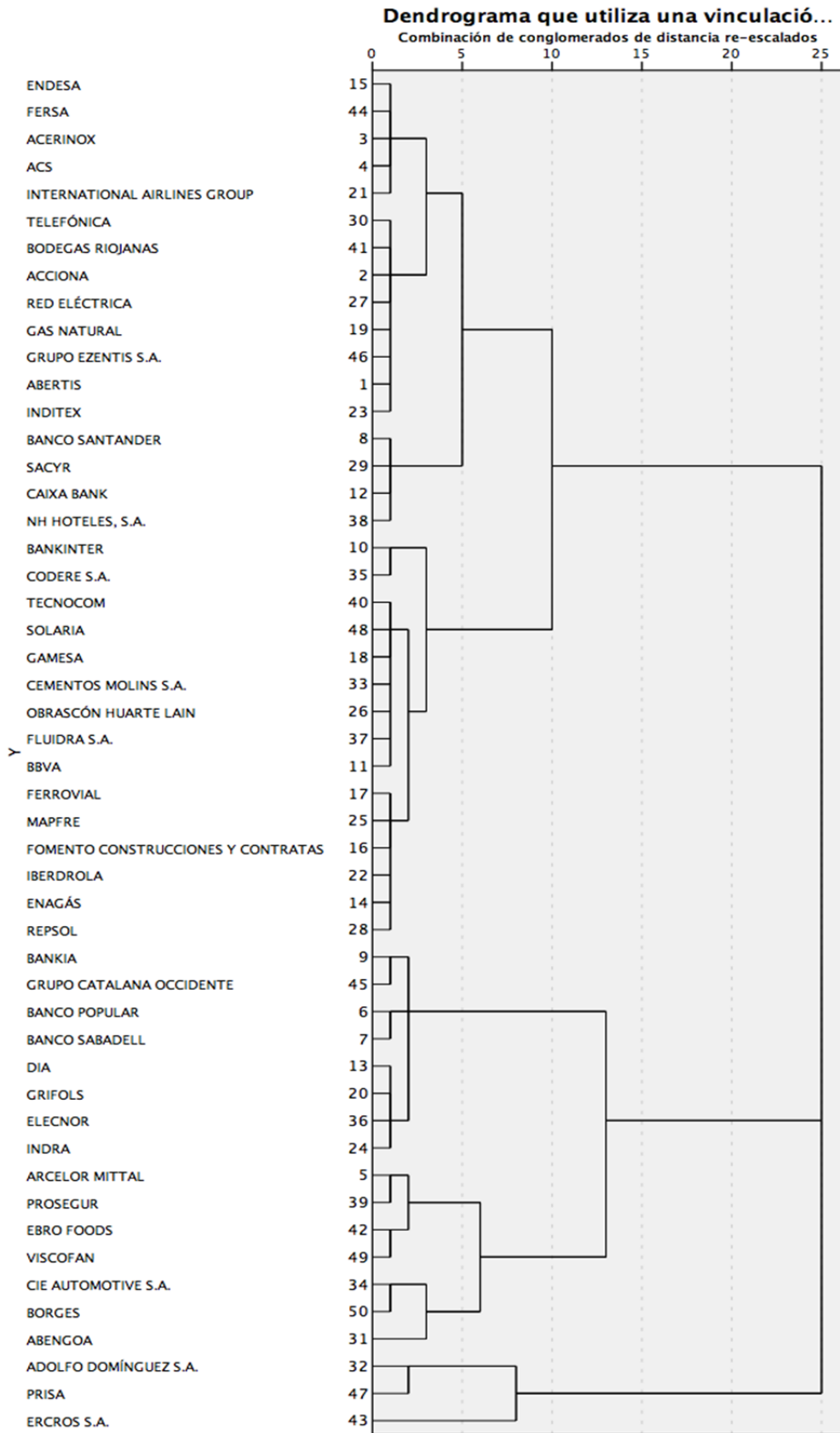
Variables	Actuaciones con grupos de interés	Calidad de productos y servicios	Utilización laboral de los bienes	Igualdad de oportunidades	Salud y seguridad laboral	Medio ambiente	Procedimiento sancionador	Defensa de la competencia	Acoso laboral y sexual	Formación de trabajadores	Blanqueo de capitales	Conciliación laboral y familiar
Actuación con grupos de interés	1	-0,665	0,979	0,979	0,953	0,939	0,913	0,903	0,881	0,870	0,851	0,815
Calidad de productos y servicios	-0,665	1	0,338	-0,828	0,175	0,108	-0,063	0,310	-0,213	0,922	-0,334	-0,047
Utilización laboral de los bienes	0,979	0,338	1	0,587	0,380	0,049	0,988	0,664	0,339	0,281	0,453	0,927
Igualdad de oportunidades	0,979	-0,828	0,587	1	0,752	0,507	0,707	0,238	0,574	0,961	0,453	0,927
Salud y seguridad laboral	0,953	0,175	0,380	0,752	1	0,556	0,309	0,233	0,580	0,353	0,070	0,499
Medio ambiente	0,939	0,108	0,049	0,507	0,556	1	0,462	0,238	0,665	0,308	0,032	-0,188
Procedimiento sancionador	0,913	-0,063	0,988	0,707	0,309	0,462	1	0,391	0,446	0,597	0,483	0,415
Defensa de la competencia	0,903	0,310	0,664	0,238	0,233	0,238	0,391	1	0,315	0,571	0,185	0,340
Acoso laboral y sexual	0,881	-0,213	0,339	0,574	0,580	0,665	0,446	0,315	1	0,188	0,380	0,215
Formación de trabajadores	0,870	0,922	0,281	0,961	0,353	0,308	0,597	0,571	0,188	1	0,232	0,158
Blanqueo de capitales	0,851	-0,334	0,453	0,453	0,070	0,032	0,483	0,185	0,380	0,232	1	0,289
Conciliación laboral y familiar	0,815	-0,047	0,927	0,927	0,499	-0,188	0,415	0,340	0,215	0,158	0,289	1

Los valores en negrita son diferentes de 0 con un nivel de significación alfa=0,05

Anexo 3. Puntuaciones factoriales policóricas para cada empresa de la muestra

Observación	F1	F2	F3
ABERTIS	0,118	-0,072	1,947
ACCIONA	0,256	-0,561	1,159
ACERINOX	1,296	1,014	1,136
ACS	0,213	0,716	0,593
ARCELOR MITTAL	-0,968	0,666	1,256
BANCO POPULAR	-2,063	1,077	-1,786
BANCO SABADELL	-0,502	1,338	-1,669
BANCO SANTANDER	1,337	-1,239	-0,271
BANKIA	-0,462	-0,936	-2,165
BANKINTER	1,853	0,313	-1,703
BBVA	1,193	0,875	-0,066
CAIXA BANK	0,021	-1,176	0,002
DIA	-1,030	0,452	-0,913
ENAGÁS	1,910	0,887	0,188
ENDESA	1,296	1,014	1,136
FOMENTO CONSTRUCCIONES Y CONTRATAS	2,378	0,336	-0,293
FERROVIAL	0,679	-0,064	0,269
GAMESA	1,339	1,299	-0,532
GAS NATURAL	1,252	-0,247	0,832
GRIFOLS	-1,030	0,452	-0,913
INTERNATIONAL AIRLINES GROUP	-0,109	0,863	0,697
IBERDROLA	2,378	0,336	-0,293
INDITEX	0,784	0,304	1,314
INDRA	-1,543	-0,258	-0,736
MAPFRE	1,382	0,023	0,033
OBRASCÓN HUARTE LAIN	1,193	0,875	-0,066
RED ELÉCTRICA	0,256	-0,561	1,159
REPSOL	1,764	0,463	0,655
SACYR	1,850	-0,529	-0,449
TELEFÓNICA	-0,315	-0,149	0,438
ABENGOA	-7,097	0,468	-0,621
ADOLFO DOMÍNGUEZ S.A.	-1,214	-4,056	2,260
CEMENTOS MOLINS S.A.	1,339	1,299	-0,532
CIE AUTOMOTIVE S.A.	-4,222	-0,169	-0,317
CODERE S.A.	1,853	0,313	-1,703
ELECNOR	-0,402	0,480	-1,528
FLUIDRA S.A.	1,193	0,875	-0,066
NH HOTELES, S.A.	0,724	-1,112	0,677
PROSEGUR	-1,434	0,181	1,885
TECNOCOM	0,491	0,810	-0,741
BODEGAS RIOJANAS	-1,018	-0,235	0,674
EBRO FOODS	-2,995	-0,081	1,768
ERCROS S.A.	-0,284	-3,875	-3,268
FERSA	1,296	1,014	1,136
GRUPO CATALANA OCCIDENTE	-2,811	-0,271	-1,854
GRUPO EZENTIS S.A.	0,533	-0,488	0,736
PRISA	1,413	-3,362	0,309
SOLARIA	0,811	0,435	-0,688
VISCOFAN	-2,664	-0,748	1,054
BORGES	-2,242	1,013	-0,140

Anexo 4. Dendrograma resultante del análisis clúster de componentes



Anexo 5. Resultado del análisis clúster de componentes por el método de k-medias

Centros iniciales de los conglomerados

	Conglomerado		
	1	2	3
Puntuación Z(F1)	-3,88201	-,66397	1,01370
Puntuación Z(F2)	,39872	-3,45571	,26678
Puntuación Z(F3)	-,52672	1,91780	-1,44513

Historial de iteraciones^a

Iteración	Cambio en los centros de los conglomerados		
	1	2	3
1	1,041	,757	1,646
2	1,887	,252	,410
3	,135	,084	,011
4	,010	,028	,000
5	,001	,009	8,783E-006
6	4,911E-005	,003	2,440E-007
7	3,508E-006	,001	6,777E-009
8	2,506E-007	,000	1,883E-010
9	1,790E-008	,000	5,329E-012
10	1,278E-009	3,845E-005	2,452E-013

Centros de los conglomerados finales

	Conglomerado		
	1	2	3
Puntuación Z(F1)	-1,07977	,05450	,35690
Puntuación Z(F2)	-,01617	-3,16013	,18095
Puntuación Z(F3)	-1,12518	1,08994	,31451

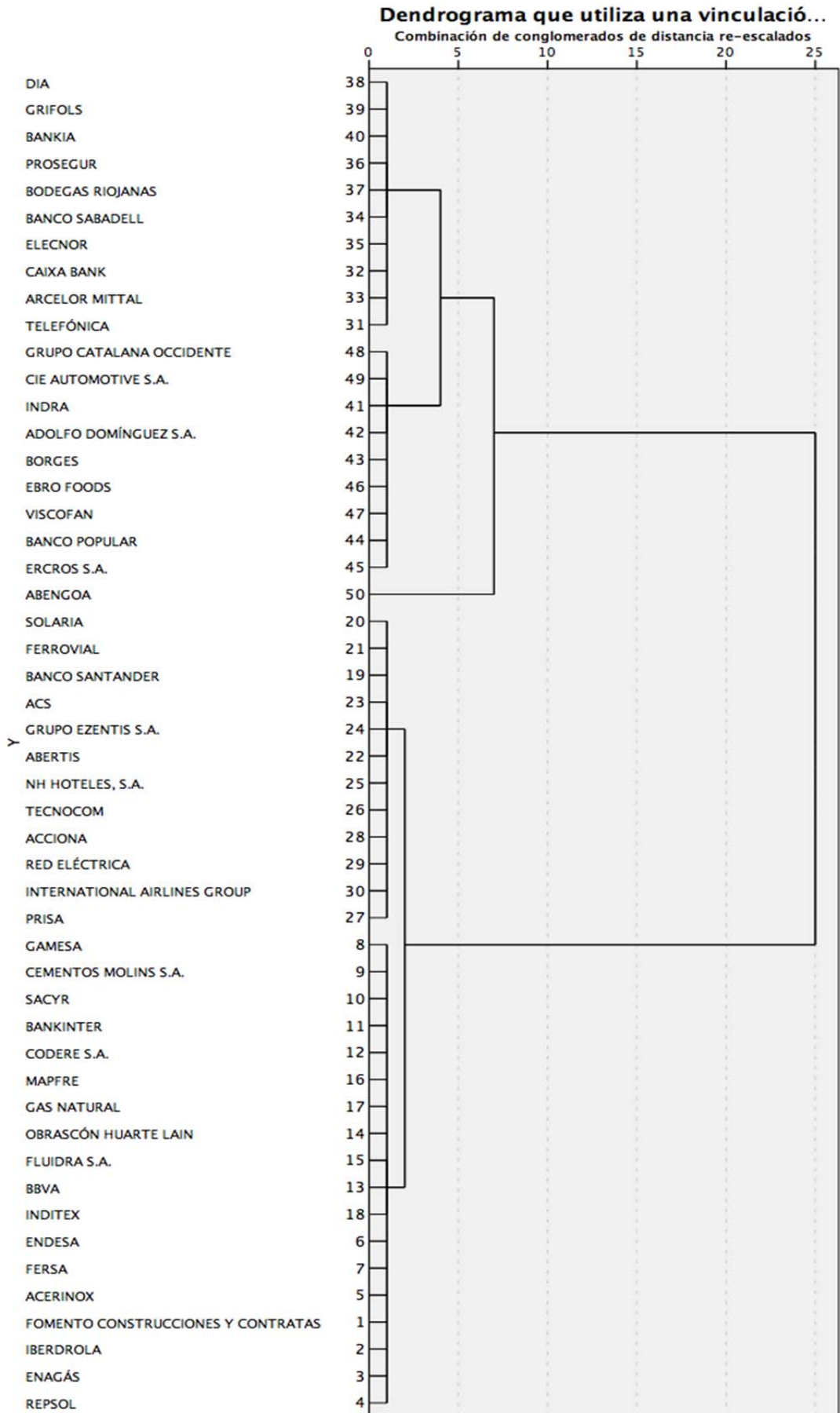
Número de casos en cada conglomerado

	1	12,000
Conglomerado	2	2,000
	3	36,000
Válidos		50,000
Perdidos		,000

Anexo 6. Índice Compuesto de Ética Empresarial (ICEE)

Observación	ICEE estandarizado
FOMENTO CONSTRUCCIONES Y CONTRATAS	10,00
IBERDROLA	10,00
ENAGÁS	9,82
REPSOL	9,65
ACERINOX	9,47
ENDESA	9,47
FERSA	9,47
GAMESA	9,14
CEMENTOS MOLINS S.A.	9,14
SACYR	9,12
BANKINTER	9,04
CODERE S.A.	9,04
BBVA	8,99
OBRASCÓN HUARTE LAIN	8,99
FLUIDRA S.A.	8,99
MAPFRE	8,94
GAS NATURAL	8,94
INDITEX	8,76
BANCO SANTANDER	8,40
SOLARIA	8,26
FERROVIAL	8,23
ABERTIS	8,12
ACS	8,10
GRUPO EZENTIS S.A.	8,08
NH HOTELES, S.A.	8,07
TECNOCOM	8,03
PRISA	7,95
ACCIONA	7,88
RED ELÉCTRICA	7,88
INTERNATIONAL AIRLINES GROUP	7,83
TELEFÓNICA	7,22
CAIXA BANK	7,11
ARCELOR MITTAL	7,02
BANCO SABADELL	6,91
ELEC NOR	6,78
PROSEGUR	6,55
BODEGAS RIOJANAS	6,51
DIA	6,28
GRIFOLS	6,28
BANKIA	6,08
INDRA	5,57
ADOLFO DOMÍNGUEZ S.A.	5,52
BORGES	5,40
BANCO POPULAR	5,16
ERCROS S.A.	5,01
EBRO FOODS	4,79
VISCOFAN	4,73
GRUPO CATALANA OCCIDENTE	3,92
CIE AUTOMOTIVE S.A.	2,89
ABENGOA	0,00

Anexo 7. Dendrograma del análisis clúster del índice compuesto



Anexo 8. Resultado del análisis clúster del índice compuesto por el método de k-medias

Centros de clústeres iniciales

	Clúster				
	1	2	3	4	5
ICEE_estandarizado	10,000	,000	4,727	7,835	2,893

Historial de iteraciones^a

Iteración	Cambio en los centros de los conglomerados				
	1	2	3	4	5
1	,692	,000	,404	,277	,000
2	,030	,000	,351	,071	,512
3	,000	,000	,174	,129	,000
4	,000	,000	,000	,000	,000

Centros de clústeres finales

	Clúster				
	1	2	3	4	5
ICEE_estandarizado	9,278	,000	5,657	7,758	3,405

Número de casos en cada clúster

	1	18.000
	2	1.000
Clúster	3	12.000
	4	17.000
	5	2.000
Válidos		50.000
Perdidos		.000

Anexo 9. Media de variables originales en empresas de cada clúster (%)

	CLÚSTER 3	CLÚSTER 1	CLÚSTER 2	CLÚSTER 5	CLÚSTER 4
Actuaciones con grupos de interés	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%
Calidad de productos y servicios	100,00%	93,75%	84,62%	100,00%	100,00%
Utilización laboral de los bienes	100,00%	93,75%	69,23%	50,00%	0,00%
Igualdad de oportunidades	100,00%	93,75%	76,92%	0,00%	0,00%
Salud y seguridad laboral	100,00%	75,00%	69,23%	0,00%	0,00%
Medio ambiente	88,89%	93,75%	46,15%	0,00%	0,00%
Procedimiento sancionador	100,00%	68,75%	15,38%	0,00%	0,00%
Defensa de la competencia	88,89%	56,25%	30,77%	0,00%	0,00%
Acoso laboral y sexual	72,22%	68,75%	7,69%	0,00%	0,00%
Formación de trabajadores	88,89%	31,25%	15,38%	0,00%	0,00%
Blanqueo de capitales	55,56%	43,75%	15,38%	50,00%	0,00%
Conciliación laboral y familiar	50,00%	18,75%	23,08%	0,00%	0,00%