

Triángulo ético de una empresa ciudadana

La *Anatomía de la Empresa Ciudadana* perfila una **manera de estar y comportarse en la sociedad**. El “*triángulo ético*” permite estructurar el análisis de la comprensión que la empresa tiene de sí misma y de cómo asume, declara y desarrolla ese autoconcepto.

El **Triángulo Ético de una organización** está delimitado por tres ejes:



Lo que quiere ser

Eje Declarativo – Estratégico

Cuál es su propósito. Plasmado en declaraciones y reglamentos, constituye lo que podríamos entender como el “contrato social”.

Lo que de hecho es

Eje Práctico – Operativo

Comportamientos concretos que la organización pone en práctica, en relación con los procesos productivos, estrategias comerciales o financieras, condiciones laborales, procesos de toma de decisiones, etc.

Lo que debe ser

Eje Normativo – Cultural

Reconocimiento de los retos éticos que, tanto las circunstancias concretas como las exigencias de la justicia, plantean a los comportamientos e impactos en la esfera pública de la organización.

La condición y conciencia ciudadana de la empresa le orienta a querer entender lo que la sociedad espera de ella. Esta disposición moldea la percepción que tiene la organización del lugar social que ocupa y refuerza su responsabilidad de contribuir a la construcción del bien común.

Desde este enfoque, podemos entender que la Empresa Ciudadana es una manera **de estar en sociedad** en la que la organización se auto-comprende como un sujeto que, a través de sus estrategias y operaciones, desarrolla un comportamiento ciudadano con el que aporta un valor social reconocido, y que se apoya en **dos dinámicas específicas**:

1. Hacia el resto de la sociedad: consolidando su legitimidad ante la ciudadanía, las administraciones públicas, agentes sociales, financiadores, e instituciones...

2. Internamente: reforzando la cultura de la organización, mediante un proceso participativo que defina e integre un enfoque coherente entre sus propósitos y comportamientos cotidianos.

Los **vértices** Triángulo Ético remiten a **tres cuestiones esenciales** que permiten sistematizar la *Anatomía de la Empresa ciudadana*.

Cuestión de la motivación:

Permite que la empresa establezca sólidos compromisos (*quiere ser*) para orientar las expectativas sociales legítimas (*debe ser*).

Cuestión de la legitimidad:

Justifica el valor y reconocimiento de la empresa como sujeto que se comporta como ciudadana virtuosa, en la medida que sea capaz de responder con sus comportamientos (*de hecho, es*) a las expectativas sociales legítimas (*debe ser*).

Cuestión de la capacidad:

Hace que la organización pueda, en la práctica (*de hecho, es*), responder a los compromisos asumidos con el resto de la sociedad (*quiere ser*).

Aproximación sistemática a la empresa ciudadana

De acuerdo con las tres cuestiones esenciales de los vértices del triángulo ético, podemos ordenar **las claves** que permiten **reconocer** que la **empresa asume, declara y desarrolla determinados comportamientos** de acuerdo con una **conciencia de responsabilidad propia de una organización ciudadana**. Por lo tanto, una posible **sistematización de los rasgos** que caracterizan a la Empresa Ciudadana podría ser la siguiente:

1. Claves para la **MOTIVACIÓN** de la Empresa Ciudadana

- Desencadenantes del proyecto de Empresa Ciudadana**
 - Elementos y razones que han hecho surgir el proyecto
 - Socioestructura impulsora: intereses, motivaciones
- Modelo de Gobernanza**
 - Compromiso con la misión fundacional de las estructuras de poder
 - Relación socioestructura vs tecnoestructura (problema de agencia)
 - Procesos de deliberación internos y externos
 - Evolución de dichos elementos a medida que el proyecto se desarrolla
- Cultura y Valores éticos en la empresa**
 - Trabajo cultural interno: formación, participación
 - Capilaridad / permeabilidad de la cultura en el conjunto de la organización
 - Interacción con la comunidad (reconocimiento de expectativas sociales)
- Contexto motivacional**
 - Marco legal más o menos favorecedor
 - Conciencia social más o menos aliada
 - Incidencia social y política para construcción de conciencia social y reconocimiento legal

2. Claves para la **LEGITIMIDAD** de la Empresa Ciudadana

- Relevancia pública en el rol político**
 - Visibilización del compromiso con cuestiones socialmente relevantes
 - Concienciación sobre las consecuencias vinculadas al consumo de sus productos/servicios
 - Colaboración en la incidencia cultural a favor del consumo responsable
- Rendición de cuentas**
 - Estrategias de interacción externa
 - Medición, valoración y comunicación de impactos
 - Publicación de Balances Sociales
 - Evolución de dichos elementos a medida que el proyecto se desarrolla
- Cumplimiento normativo**
- Desarrollo de las personas de la organización**
 - Condiciones de trabajo
 - Participación
 - Formación
 - Conciliación

3. Claves para la **CAPACIDAD** de la Empresa Ciudadana

- Saberes y competencias profesionales, capacidad de atraer talento, voluntariado**
- Establecimiento de alianzas**
 - Colaboración con terceras partes para el desarrollo del propósito fundamental de la empresa
 - Incidencia política en colaboración con redes aliadas
- Autonomía de decisión frente a inversores y financiadores**
- Capacidad de conocer y adaptarse al entorno**
 - Para adaptar el valor social de su oferta de productos/servicios
 - Para conocer y responder a los retos sociales
- Competencia del personal directivo**
 - Alineación de la tecnoestructura con el propósito fundamental de la empresa
 - Sistemas de compensación de directivos
- Horizonte de medio/largo plazo en las prioridades estratégicas**

Editan:



Financian:

