

HACIA (tal vez) UN CÓDIGO DE CONDUCTA GLOBAL



A finales de la década de los 70 o principios de los 80 del siglo pasado, las escuelas de administración comenzaron a ocuparse formalmente de la ética empresarial. Esto contribuyó, entre otros resultados, al diseño y puesta en práctica de investigaciones y cursos especializados, redacción de casos, publicación de artículos y libros y divulgación de códigos de conducta o de ética. Estos últimos se “popularizaron” y desde entonces no fue raro toparse con ellos en distintas organizaciones.

Las actividades mencionadas dieron lugar a que se evaluara cuánto influían en la conducta ética de las organizaciones y sus integrantes. La Dra. Lynn S. Paine, de la *Harvard Business*

School, por ejemplo, escribió un artículo en el que se refirió al diseño de un trabajo de investigación centrado en códigos. En este se decía que “el estudio de códigos formales y sus efectos nos pueden ayudar a comprender cómo los actores de la economía responden a las cuestiones éticas”. Al respecto, la autora mencionada expresó lo siguiente:

► Mi perspectiva es más bien distinta. Si bien estoy interesada en los códigos formales y he investigado sus contenidos, llegué a la conclusión de que con frecuencia tienen poco que ver con las respuestas de las empresas a las cuestiones éticas. Sin duda, un código formal puede ser útil como guía de conducta, como punto de referencia en la toma de decisiones o como herramienta para comunicarse con el público; pero, cuando se trate de predecir la posición ética de una empresa le asignaría una ponderación pequeña a su presencia o ausencia. En casos así, el liderazgo y la cultura de la empresa, la estructura y el diseño de la organización y el contexto institucional, dentro del cual opera, son mucho más importantes. (*Putting Codes in Perspective. Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik. Mering: 2007, Vol. 8, N° 1*).

Estos párrafos ilustran el hecho de que la Dra. Paine y R. Deshpandé, J. D. Margolis y K. D. Bettcher, sus colegas de la escuela citada, conocían las limitaciones de los códigos de conducta cuando publicaron en la *Harvard Business Review* de diciembre de 2005 el artículo titulado *Up to Code* (algo así como “A la altura del código”) cuyo subtítulo preguntaba “¿Está la conducta de su empresa a la altura de los estándares mundiales?”.

Allí señalaron que los códigos de conducta, como resultado tanto de su utilidad como de exigencias legales o institucionales, se han difundido ampliamente entre las empresas de América del Norte, Europa y Asia. Al mismo tiempo, observaron no solo posibles confusiones como resultado de la comparación de distintos códigos al momento de decidir qué incluir en un determinado código de conducta, sino también la inexistencia de una guía autorizada que permitiese solucionar esta dificultad.

Ante esta evidencia, los autores analizaron un selecto grupo de códigos de conducta en distintos países para identificar tanto los principios en que se basaban como los estándares de conducta que se derivaban de estos. Desarrollaron así un “código de conducta global” que denominaron *Global Business Standards Codex*. No lo crearon como un “código modelo” sino como referencia o punto de partida al cual acudir en caso de tener por objetivo desarrollar un código específico de “clase global” derivado de una especie de consenso global emergente para una determinada organización.



Los autores identificaron ocho principios básicos. Dos de estos son, por ejemplo, el **principio de transparencia** y el **principio de dignidad**. El primero dice así: “Conducir los negocios con la verdad y de manera abierta, evitar prácticas y actos engañosos, mantener registros exactos y dar a conocer información en el momento adecuado, respetando al mismo tiempo las obligaciones de confidencialidad y privacidad”. El segundo dice: “Respetar la dignidad de la gente; proteger la salud, la seguridad, la privacidad y los derechos humanos de los demás; evitar la coerción; y adaptar prácticas que mejoren el desarrollo humano en el lugar de trabajo, en el mercado y en la comunidad”.

Cada principio incluye conceptos claves aplicables a distintos *stakeholders* (grupos interesados), que abarcan determinados estándares de conducta. Por ejemplo: un concepto básico en el principio de dignidad es el respeto a las personas. Esto se refiere al público en general y define el estándar de comportamiento así: “Apoyar y proteger los derechos humanos en la esfera de influencia de la compañía”.

El artículo, como surge de su fecha de publicación, apareció antes de la crisis de 2008. Sus tres primeros autores publicaron otro en septiembre de 2011 en la misma revista titulado *A Global Leader's Guide to Managing Business Conduct* (“Guía para un Líder Global: El Manejo de la Conducta Empresarial”). Entre otras cosas, dijeron lo siguiente:

► Adecuarse a las prácticas y leyes locales no garantiza que los *stakeholders* o el público en general aprueben el comportamiento de una corporación. ¿Significa esto que las empresas deben apoyarse en las prácticas de sus países de origen? Nuestras investigaciones indican que la respuesta a este interrogante es negativa. Existe un fuerte consenso acerca de los estándares básicos de conducta que las empresas deben seguir alrededor del mundo. Más aún, cumplir con estos estándares necesitará de nuevos enfoques para manejar la conducta empresarial. Con frecuencia los programas acerca de la ética y su cumplimiento no se ocupan de las responsabilidades básicas de las empresas multinacionales.

Para terminar, un código de conducta global tal vez sirva también para que un arrepentido en alguna empresa, en algún lugar del mundo, evalúe su conducta y como resultado cante, en casos extremos, el tango que cantaba Gardel: *¡Arrésteme, sargento, / y póngame cadenas...! / ¡Si soy un delincuente, / que me perdone Dios!*¹

Guillermo S. Edelberg, DBA es Profesor Emérito del INCAE *Business School*. Es Ingeniero Industrial de la Universidad de Buenos Aires y *Master of Business Administration* de la Universidad de California (Berkeley). Se graduó como *Doctor of Business Administration* en la Universidad de Harvard en 1963, donde fue el primer egresado con este título proveniente de un país de habla hispana.

¹A la luz del candil. Música: C. V. Geron Flores. Letra: J. Navarrine.



La escuela de negocios #1 en América Latina

PROGRAMACIÓN EDUCACIÓN EJECUTIVA 2012



MIDDLE MANAGEMENT PROGRAM

MÓDULO: COMPRENDIENDO E INTEGRANDO LAS ÁREAS DE LA ORGANIZACIÓN
Del 28 de Mayo al 02 de Junio de 2012
Campus Walter Kissling Gam, Alajuela, Costa Rica

MÓDULO: LIDERAZGO Y ELEMENTOS PARA EL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA
Del 17 al 21 de Septiembre de 2012
Campus Francisco de Sola, Managua, Nicaragua



GERENCIA CON LIDERAZGO

Del 4 al 9 de Junio de 2012
Campus Walter Kissling Gam, Alajuela, Costa Rica

Del 26 de Noviembre al 1 de Diciembre de 2012
Campus Walter Kissling Gam, Alajuela, Costa Rica



YOUNG EXECUTIVE PROGRAM

Del 11 al 16 Junio de 2012
Campus Walter Kissling Gam, Alajuela, Costa Rica



PROGRAMA DE ALTA DIRECCIÓN BANCARIA

Del 12 al 15 de Junio de 2012
Miami, FL, Estados Unidos



PROGRAMA DE ALTA GERENCIA

Del 2 al 27 de Julio de 2012
Campus Walter Kissling Gam, Alajuela, Costa Rica



YOUNG LEADERSHIP PROGRAM

Del 24 al 29 de Agosto de 2012
Campus Francisco de Sola, Managua, Nicaragua



PROGRAMA INTERNACIONAL DIPLOMADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS PARA ABOGADOS

MÓDULO I: Del 13 al 17 de Agosto de 2012
Campus Walter Kissling Gam – Alajuela Costa Rica

MÓDULO II: Del 12 al 16 de Noviembre de 2012
Campus Francisco de Sola – Montefresco, Nicaragua

Nota: INCAE se reserva el derecho de hacer cambios sin previo aviso.

Para mayor información e inscripción:

Av. Abraham Lincoln esq. Gustavo Mejía Ricart,
Torre Piantini, Suite 904, Santo Domingo, Rep. Dom.
Teléfono: 809.542.0126 • Fax: 809.540.1982
E-Mail: informacion@intras.com.do
Web Site: www.intras.com.do



Síganos en: