

LOS DESAFÍOS ÉTICOS EN LA GLOBALIZACIÓN

Patricia Debeljuh*

Kety Lourdes Jauregui Machuca#

Fecha de recepción: 15 diciembre 2015

Fecha de aprobación: 14 junio de 2016

Fecha de publicación: 6 de enero de 2017

RESUMEN

La globalización se extiende con gran rapidez y complejidad afectando el orden social, cultural y económico de los países. Este fenómeno puede ser una gran oportunidad de crecimiento para las empresas pero a su vez puede convertirse en una amenaza para aquellas que no han desarrollado una cultura fuerte centrada en sus valores. En este contexto, el objetivo de este artículo es reflexionar sobre la importancia de la ética en la globalización y presentar algunas iniciativas difundidas mundialmente a favor de códigos de ética, especialmente los códigos globales. Los códigos éticos globales ayudan a definir el camino y la manera de hacer negocios de tal manera que la globalización sea un instrumento para el desarrollo de los países.

SUMMARY

The globalization extends with great speed and complexity, affecting economic, cultural and social order of the countries. This phenomenon can be a great growth opportunity for businesses but in turn, it could become a threat to those who have not developed a strong culture focused on values. In this context, the aim of this article is to reflect on the importance of ethics in globalization and it discusses some initiatives of global ethics codes. The global ethical codes are those that mark the way and the way of doing business so that globalization becomes an instrument for developing countries.

Palabras clave: ética, responsabilidad social, globalización, códigos de ética.

Clasificación JEL: A13, M14

Key words: ethics, social responsibility, globalization, codes of ethics.

* IAE Business School. Buenos Aires. Argentina. Profesora del área Comportamiento Humano en la Organización. <pdebeljuh@iae.edu.ar>
ESAN Graduate School of Business. Lima, Perú. Profesor Principal del área de Administración. <kjauregui@esan.edu.pe>

Para citar este artículo use: Debeljuh, P. & Jauregui, K. (2017). Los desafíos éticos en la globalización. *Civilizar de empresa y economía*, 12 (1), 29-43.

Introducción

El fenómeno de la globalización ha afectado el orden social, cultural, económico, político y hasta demográfico a nivel mundial. Puede decirse que su impacto —radical e inesperado— es comparable a lo que supuso para la humanidad la Revolución Industrial, con sus efectos positivos y sus innegables consecuencias no deseadas.

Con esto, queremos señalar que no se trata de un fenómeno efímero o pasajero sino que llegó para instalarse y cambiar el mundo. Su impacto va variando según los países, los sectores sociales y el tiempo, hasta el punto que va rompiendo los esquemas de funcionamiento como si se tratara de una auténtica revolución llegando incluso a cuestionar el poder de los estados para regular transacciones, imponer castigos, recaudar impuestos, entre otros. Por ejemplo, el proyecto BEPS (Base Erosion and Profit Shifting) liderado por la OCDE, busca cambiar el marco fiscal internacional para generar condiciones similares de competitividad a diversos países (Forética, 2015).

En el ámbito de los negocios, la globalización se entiende como el aumento de las relaciones comerciales y de las inversiones internacionales, con el consiguiente incremento de la movilidad de las personas, capitales y tecnologías dentro de un mercado global integrado. Hoy en día, ya no existen las fronteras que en otros tiempos parecían infranqueables y los mercados se han ampliado hasta límites inimaginables. Los mercados financieros globales o la internacionalización de los procesos de negocios, en busca de los menores costes posibles, sin considerar al trabajador y los máximos beneficios de las empresas multinacionales son los ejemplos más visibles de cambios radicales provocados por la globalización (Crăciun, 2015; Gurnani, 2015; Inglada & Sastre, 2015). Sin duda, la globalización puede ser una gran oportunidad de crecimiento para las empresas, pero a su vez puede convertirse en una seria amenaza para aquellas que no estén preparadas con políticas éticas.

En este contexto, el objetivo de este artículo es reflexionar sobre la importancia de la ética en la globalización y discutir cómo los códigos de ética, en particular los globales, pueden ayudar a las empresas a hacer frente a los desafíos de la globalización. En la primera parte se analizan las perspectivas de la globalización, en la segunda parte se discute la ética y sus documentos formales; en la tercera parte se analizan las paradojas de la globalización y sus desafíos éticos; en la cuarta parte se discuten los códigos globales y, finalmente, se presentan las conclusiones.

Globalización

El empleo frecuente y generalizado del término globalización es relativamente reciente; sin embargo, el concepto no es nuevo. Larraín & Sachs (2002) sostienen que el proceso de globalización ha venido ocurriendo desde que Europa y China se dedicaron al comercio a grandes distancias, en los tiempos del Imperio Romano y de la dinastía Han. En cambio, otros sostienen que la globalización se inició alrededor del año mil con el florecimiento del comercio entre Asia y Europa. En este sentido, Friedman (2006) sostiene que se ha dado más de una globalización; la primera abarcó desde los viajes de Colón en 1492 hasta 1800 aproximadamente, siendo su característica el deseo de expandir la religión y/o el imperialismo; la globalización 2.0, abarcó desde el 1800 hasta el año 2000, en la que empresas multinacionales globalizaron el mercado y la mano de obra; y finalmente, la globalización 3.0, que es la vigente, caracterizada por la revolución tecnológica, la información y el conocimiento. En cierta coincidencia, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2002) señala también tres fases de la globalización, pero en distintos momentos históricos. La primera, abarca de 1870 a 1913, caracterizada por el inicio de una actividad comercial entre los países, pero se vio interrumpida por las guerras mundiales. La

segunda fase de la globalización es ubicada entre 1945 a 1973, en la que se expande el comercio entre países desarrollados, pero con una limitada movilidad de mano de obra. La tercera fase, que se consolida en el último cuarto del siglo XX, caracterizada por la creciente presencia mundial de empresas transnacionales que funcionan como sistemas de producción integrados y una homogeneización de los modelos de desarrollo de los países.

Desde estas diversas perspectivas se puede apreciar que la globalización es un fenómeno social, económico, político y cultural complejo en el que la internacionalización, la universalización, la desterritorialización y la occidentalización son los principales elementos (Crâciun, 2015; Gurnani, 2015). Se puede decir que existen diversos tipos de globalización como la política, la cultural (León & Riquelme 2003), la comercial (Piketty, 2014), la de producción (Inglada & Sastre, 2015), de los servicios (Hill, 2002), la social (Taran & Geronimi 2003), y económica (Hill, 2002) que incluye una globalización financiera (CEPAL, 2002; Piketty, 2014), siendo la económica la que se analizará en este artículo.

La globalización desde una perspectiva económica se puede entender como la integración e interdependencia de las economías de todo el mundo, a través del comercio de productos y servicios de las empresas transnacionales (Hill, 2002).

Ética empresarial

Para entender el razonamiento ético, Weiss (2006) expuso cinco principios éticos fundamentales: el utilitarismo, el universalismo, los derechos, la justicia y la virtud ética. Este artículo se abordará desde la perspectiva de la virtud ética, el cual se basa en un buen carácter, motivos y valores centrales de los individuos y en el tipo de persona que deberíamos ser.

La ética se define como “una ciencia teórica, pero a la vez que un tratado práctico, ya que se refiere a las acciones humanas no sólo para conocerlas sino principalmente para dirigir las” (Parra, 1996, p. 4). Así, la ética de alguna manera juzga las acciones humanas como buenas o malas, desde el punto de vista moral de los actos, en donde un acto moralmente malo se puede concebir cuando se hace perjuicio físico o emocional a otro como consecuencia del acto (Weiss, 2006). Según la European Business Ethic Network (como se cita en Parra, 1996, p. 9), “la ética de los negocios es una reflexión sobre las prácticas de negocios en las que se implican las normas y valores de los individuos, de las empresas y de la sociedad”. Bajo ese contexto, la ética empresarial puede ser vista como la aplicación de principios éticos universales a las características y situaciones propias de cada empresa. De acuerdo con Argandoña (2014), la ética empresarial se basa en identificar situaciones en las cuales surge un problema ético, para posteriormente efectuar un juicio moral sobre esa situación, buscando alternativas de solución que permitan tomar la mejor decisión, de acuerdo con las normas y prácticas de la empresa, teniendo la fuerza de voluntad necesaria para llevar a cabo estas acciones de mejora y superando las incitaciones que pudieran entorpecer los resultados esperados.

La ética es un elemento importante en la empresa, que permite establecer pautas de conducta deseables dentro de un conjunto de circunstancias sociales. En particular, la ética empresarial examina los problemas éticos que surgen en un ambiente empresarial y proporciona pautas tanto a nivel individual como a nivel organizacional. Actualmente en las organizaciones, para de alguna manera “estipular” sus conductas éticas o no éticas, se diseñan y redactan una serie de documentos formales, los cuales varían de acuerdo con la calidad y el contenido, y sirven para plasmar el compromiso y responsabilidad de la empresa frente a sus actos. Según Murphy (1988), estos documentos formales se pueden clasificar en tres grupos: primero, la Declaración

de Valores, la cual presenta una serie de principios básicos para la empresa, haciendo explícitos algunos valores que reflejan su actuación ante la sociedad; segundo, los Credos Corporativos, en donde se manifiestan los principios de acción que especifican la filosofía de la empresa, y la responsabilidad que ejerce frente a sus grupos de interés en las decisiones éticas y, por último, se encuentran los códigos de ética o códigos de conducta, en donde se presenta una lista de los comportamientos deseados o esperados de los miembros de una empresa.

Las paradojas de la globalización y sus desafíos éticos

La globalización ha traído efectos positivos que no se pueden soslayar, tales como comprar un automóvil cuyas piezas proceden de muchos países, cotizar valores en la bolsa de valores durante 24 horas al día en todo el mundo, acceder inmediatamente a cualquier información a través de Internet, comunicarse a través de videoconferencias y llegar incluso a ganar una guerra a miles de kilómetros de distancia a través de robots luchando en el campo de batalla. Estas innovaciones y las que quedan por descubrir han transformado las relaciones humanas y han convertido al mundo en una gran aldea global, un espacio fuertemente conectado. Kliksberg (2004, p. 23), señala “la aldea global en que se ha convertido el planeta, en donde las interrelaciones entre los países y los mercados se multiplican continuamente, parece caracterizarse por una explosión de complejidad, direcciones contradictorias de evolución y altas dosis de incertidumbre” En este mismo sentido, Pesqueux (2010) plantea que la globalización conlleva ambigüedades, contradicciones que generan paradojas: riesgos y ventajas que analizaremos a continuación.

En primer lugar y como su mismo nombre parece indicar, lo global hace referencia a lo universal y de alguna manera señala aquello que es válido o aplicable para todos. La universalización es una realidad y tendencia que todo lo afecta dentro de un entorno global. Sin embargo, este fenómeno, lejos de masificar, reclama que cada persona tome una postura clara y definida frente a él, de manera tal que se amortigüen los efectos no deseados y problemas no resueltos por dicha generalización. Esta paradoja pone de relieve un aspecto ético importante, a saber, que la globalización debe ir acompañada de una necesaria humanización, de tal manera que se logre una sociedad global más justa, en la que se destacan los valores de la solidaridad, el amor por el prójimo, la empatía, el compromiso con determinadas causas, entre otros.

En segundo lugar, la competencia plantea otra paradoja. Las reglas de juego de un mercado globalizado con frecuencia imponen condiciones económicas cada vez más rigurosas a las empresas, lo que a veces obliga a adoptar medidas de reducción de personal y limitaciones en los salarios. Sin embargo, ese exigente imperativo solo se alcanza si los colaboradores ponen todo su entusiasmo, voluntad y entrega en pro del objetivo de la empresa. Para ello, deben entenderlo, compartirlo, sentirse integrados en un proyecto y recibir una retribución justa que compense su entrega a ese ideal común. La contradicción estriba en que cuando peores son las condiciones laborales para el trabajador, acosado por la inestabilidad, los *downsizing* y la reducción de su vida útil, es cuando más se requiere su apoyo incondicional a los planes de la empresa. Esta paradoja pone de relieve los principios éticos de la dignidad y equidad. Si se deja de lado la cuestión ética, fácilmente se justifica mantener esos estándares competitivos a cualquier coste porque, por encima de todo, se apunta a la búsqueda de las ganancias como única razón de ser de una empresa. Desde esta perspectiva, se llega a manipular a las personas y a las cosas para que sirvan a ese fin.

En tercer lugar, la competencia necesita límites, por lo comentado anteriormente. En un mundo globalizado parecería que el éxito se mide en función de la mayor cantidad de mercados que se pueda abarcar, hasta llegar a la situación de anular la competencia. Sin embargo, el crecimiento encuentra de hecho un límite cuando amenaza con vulnerar la libre competencia, cuando se

ponen en peligro la calidad del servicio, la equidad en los precios o las inversiones para mejorar los productos. Se llega entonces al contrasentido de que la economía de mercado puede volverse en contra del hombre cuando se da prioridad a los argumentos económicos sobre otros de carácter social o ético. Así, la globalización se ha orientado a atender el comportamiento de los mercados y a aumentar los niveles de acumulación global, más que a solucionar la pobreza y las diferencias sociales (Bermúdez, 2015). Cuando esto sucede, se le achaca a la globalización una reata de situaciones injustas como la corrupción y el soborno, ciertas condiciones laborales inhumanas, las dificultades para el movimiento de las personas, el espionaje industrial, la contaminación y explotación del medio ambiente, las desigualdades entre países desarrollados y subdesarrollados, las trabas comerciales a productos alimenticios por parte del mundo desarrollado, entre otros.

En cuarto lugar, la globalización ha creado nuevas formas de trabajar. Por eso conviene preguntarse ahora cómo afecta a las personas este fenómeno. La respuesta a esta pregunta plantea otra situación paradójica. Por un lado, la pasión de las empresas por crecer, por expandirse a nuevos mercados, diversificándose o integrándose mediante fusiones o adquisiciones se presenta como un gran desafío para las nuevas generaciones de profesionales, ávidos de retos cada vez más exigentes. Por otro lado, las consecuencias indeseadas que lleva consigo y que afecta la integridad de las personas, poniendo en riesgo incluso su propio proyecto de vida profesional o familiar. Por ejemplo, el desconocimiento de idiomas y las barreras culturales que presentan los nuevos entornos son algunas de las amenazas que diariamente vemos extenderse.

En quinto lugar, cuando más pareciera que se han ampliado las posibilidades de trabajar (porque se han abierto nuevos mercados, nuevos productos, entre otros), varias personas están totalmente excluidas de las oportunidades y progresos. Así lo entendía también Somavia (2000), Secretario General de la OIT, en un discurso pronunciado en la Décima Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo: “La globalización destruye las industrias tradicionales y crea en consecuencia un aumento del número de desempleados superior al que los sectores industriales de tecnologías avanzadas son capaces de absorber”. Antes de la Segunda Guerra Mundial las dos terceras partes del comercio internacional consistían en productos primarios y un tercio en manufacturas; en cambio, en las últimas décadas la situación se ha invertido, dos terceras partes del comercio mundial consisten en manufacturas, con una participación creciente de las de mayor contenido tecnológico como los bienes de capital y productos electrónicos. Como puede observarse, las tecnologías de comunicaciones se han extendido rápidamente a nivel global, lo que ha facilitado la interacción cultural e intercambio internacional. Sin embargo, su impacto económico se habría dado de forma desigual, los países menos desarrollados y con menor infraestructura digital pueden perder competitividad, pues la inteligencia artificial y la robótica se implementarán en las grandes empresas, pero irían en desmedro de las poblaciones más vulnerables tecnológicamente (Banco Mundial, 2016). En ese sentido, adicionalmente a su contribución, la tecnología puede ser evaluada desde dos perspectivas: como un medio para aumentar los niveles de ganancia, de algunos, y de otro lado, como un medio para dejar a la zaga a competidores menos preparados (Bermúdez, 2015) que en este caso correspondería a los más pobres (naciones e individuos).

Y una última paradoja: la enorme contribución de la globalización a la producción de riqueza no ha llevado consigo un justo crecimiento entre los pueblos, más aún, la diferencia entre países ricos y pobres se ha multiplicado por diez en los últimos treinta años. Esto pone de manifiesto que la distribución de los beneficios del comercio internacional y de las inversiones se ha concentrado principalmente en los que controlan el capital, en desmedro de los que aportan mano de obra, generalmente procedente de países en vías de desarrollo.

Por tanto, una solución a los efectos indeseados de la globalización no puede dejar de lado las características más relevantes del entorno en el que se mueven las empresas. Concretamente, si nos referimos a Latinoamérica, es preciso considerar, al menos muy sucintamente, la situación política, económica y social de estos países para poder tomar conciencia del entorno en el cual las empresas se manejan. Kliksberg (2004) resume los problemas no resueltos de América Latina: La pobreza que crece, la gran tasa de desempleo, la crítica situación de la infancia, el acceso limitado a la salud, la discriminación de la mujer, la poca movilidad social, la marginalidad rural, la desintegración de la familia, la inseguridad, la mayor desigualdad a nivel mundial que se proyecta en la región.

Así, la inequidad que se presenta en América Latina es un desafío de las bases del orden mundial, marcando diferencias no solo entre los Estados sino también dentro de ellos mismos, erosionando las capacidades de las instituciones tradicionales para gestionarlos. De ahí que, según Hurrell & Woods (1999), para solucionar la inequidad planteada por la globalización, se hace necesaria la participación de la sociedad entera.

Romero & Vera Colina (2009) sostienen que las tendencias del proceso de globalización pueden llegar a profundizar las desigualdades existentes, en la medida que se encuentre basado en un modelo de desarrollo consumista, devastador, enfocado en el corto plazo y no incluyente, ya que bajo este modelo el proceso de globalización tenderá a privilegiar solo unos pocos países altamente desarrollados, afectando a los demás que son la gran mayoría. Por ejemplo, para algunos, la apertura de mercados y la libertad económica, característicos de la globalización, han hecho que se disminuyan los impuestos en los países más pobres y aumenten las utilidades, de manera que los tratados comerciales resulten ser instrumentos para que las grandes empresas tengan una alta producción a un bajo costo, especialmente en fuerza laboral (Bermúdez, 2015).

Principios éticos para la globalización

La globalización es un proceso y puede valorarse de un modo tanto positivo como negativo. Será positivo cuando promueva la capacidad de producción y fomenta la unidad entre los países y el desarrollo de justas relaciones económicas entre ellos. Será negativo, en cambio, cuando la globalización se rija exclusivamente por las leyes del mercado que se utilizan generalmente en beneficio de unos pocos, los más poderosos. Por tanto, a priori, puede decirse que la globalización no es ni buena ni mala, en definitiva, será lo que los hombres hagan de ella.

Esto pone de manifiesto que esta era de la globalización se encuentra llena de oportunidades pero ahora más que nunca depende de la responsabilidad con la que se enfrente para que haya oportunidades para todos. Por eso, ante la ola de efectos negativos que la globalización trae consigo, la única solución pasa por incorporar la clave ética. Así también lo han entendido algunos referentes mundiales. A título de ejemplo, podemos mencionar unas palabras de Kliksberg (2004, p. 111): “Lo que realmente necesitamos es un enfoque ético mundial tanto para el medio ambiente, las relaciones laborales como para la política monetaria”.

Por tanto, la globalización reclama el contrapeso necesario de los demás elementos configuradores de la sociedad, y en especial del referente ético. Solo así la globalización podrá superar la concentración económica que genera, concentrando el poder y la riqueza en un grupo selecto de personas, países y empresas. Únicamente a partir de la ética, la globalización será capaz de evitar la paradoja de que la mayoría quede al margen de los beneficios que genera y combatirá el deterioro en las condiciones básicas de vida, efecto que afecta a buena parte de la población mundial.

Para enmarcar correctamente la globalización y convertirla en un instrumento al servicio de los hombres y del desarrollo de los países hace falta considerar algunas verdades éticas fundamentales que no deberían perderse de vista si se quiere adoptar una actitud éticamente comprometida con la globalización. Estos principios, llevados a la práctica de manera conveniente, asegurarían el alcanzar las ventajas de la globalización superando las paradojas y reticencias que hemos comentado. Ellos son: el respeto por la dignidad de las personas, la orientación al bien común y el destino universal de los bienes y la unidad global de la Humanidad.

En primer lugar, la globalización ha de tener como centro el respeto por la dignidad de las personas. Cada hombre es siempre origen, agente y objetivo de todas las medidas económicas y sociales. Todos los esfuerzos en pos de su mejora y su desarrollo serán legítimos siempre y cuando tengan como principio y fin a la persona, es decir, encuentren en ella su justificación. Ningún sistema constituye un fin en sí mismo y es necesario que esté siempre al servicio de la persona, de la solidaridad y del bien común. El desarrollo no puede ser entendido solo en términos de crecimiento económico. El auténtico desarrollo tiene que ser completo, integral y abarcar a todos los hombres y a cada hombre en su integridad.

Si se aplica este principio personalista, se considera a la persona por lo que es, por lo que vale y nunca podrá ser utilizada como un objeto de propiedad, con fines utilitarios o como un mero recurso. De aquí se deriva la recta orientación del progreso tecnológico, ya que no todo lo técnicamente posible debe hacerse si pone en riesgo a las personas y el medido afán de consumo que nunca ha de olvidar la primacía del ser sobre el mero tener.

En segundo término, la globalización no puede perder de vista el destino universal de los bienes que lleva a paliar las necesidades de los hombres y de los pueblos, muchos de ellos subdesarrollados o en vías de desarrollo. De aquí se deriva una premisa fundamental para la globalización: la distribución óptima de los recursos y la mejor satisfacción de las necesidades tanto a nivel nacional como internacional. Esta orientación hacia el bien común estimula a las personas, a las empresas y a los países a mirar más allá de sus intereses particulares y a buscar todo aquello que es bueno para el conjunto de la sociedad.

Para alcanzar este objetivo, es necesario establecer un mercado libre, que implica un intercambio libre de mercancías y reglas justas y claras en los negocios internacionales. Así, cuando las naciones industriales apoyan internamente con su política financiera, fiscal o social a las industrias en condiciones de competencia desfavorables o a la agricultura, también tienen que acordar medidas de protección a nivel internacional aunque no haya una autoridad política global, a favor de la exportación de los países más pobres. Aquí no caben medidas opuestas. Lo que es válido en la economía de un país desarrollado no puede ser dejado de lado en las relaciones comerciales entre países ricos y pobres. Sin suprimir las reglas de juego del mercado libre, se ha de mantener la competencia dentro de unos límites que la hagan justa y social, es decir, que la humanicen.

En el intercambio entre economías industrializadas y otras menos desarrolladas las situaciones suelen ser diferentes y las posibilidades de una y otra se presentan excesivamente desiguales. En consecuencia, para que el intercambio internacional de productos y/o servicios sea humano y ético, la justicia social exige que se haga entre partes que tengan cuando menos una cierta igualdad de oportunidades. "El bien común da a la globalización un nuevo sentido, más allá de los términos puramente económicos, modera la competitividad y busca que la sociedad se convierta en un juego de suma positiva, donde todos ganen" (Fontrodona, 2000, p. 16). De esta manera, se logrará una justa y equilibrada integración de todos los países, una mejor división del trabajo, una adecuada distribución de la producción que será llevada allá donde exista la

mejor combinación costo-calidad y distribuir el ahorro diversificando el riesgo e incrementando la inversión en economías en vías de desarrollo.

Finalmente, la unidad de la humanidad y la dependencia mutua entre los países lleva a plantearse la obligación de crear una civilización más solidaria, basada en el respeto por las diferencias y en la solidaridad para salvar esas diferencias. Sobre los países más avanzados pesa la obligación de proporcionar ayuda al desarrollo para paliar la pobreza, el analfabetismo, la desnutrición, la falta de viviendas y del mínimo bienestar a los pueblos menos desarrollados. Pero también estos tienen que asumir su propia responsabilidad para salir adelante, no esperando solo ayudas externas. Tienen que desarrollar el espíritu emprendedor, resolver sus propios problemas internos, practicar la solidaridad y crecer en la cultura del trabajo y del esfuerzo.

Si los países en desarrollo y los países más avanzados cumplen cada uno con sus propias obligaciones y responsabilidades, si las instituciones internacionales se proponen el desarrollo de un orden económico mundial digno para el hombre, entre todos, cada uno aportando su parte, estarán promoviendo en social colaboración el bienestar común global. A través de la economía social de mercado, se podrá combinar la libre competencia con la igualdad social y por este camino se minimizarán los efectos negativos de la globalización y se potenciarán sus beneficios.

La globalización, en definitiva, no es un fin en sí mismo sino un medio para lograr, en última instancia, mejores condiciones de vida para una sociedad. Esto que parece tan obvio con frecuencia no es bien entendido o suele olvidarse. En consecuencia, la globalización puede ser exitosa solo si las grandes potencias mundiales y los mayores beneficiarios promueven la justicia y la equidad a lo largo del proceso de globalización y tomando un rol activo asumiendo todas las responsabilidades, compartiendo las riquezas generadas, promoviendo el crecimiento y fortalecimiento de los más débiles del sistema y ayudándoles a desarrollar capacidades productivas a fin de lograr su auto sustentabilidad.

Códigos de ética

El propósito fundamental de los códigos de ética es ofrecer un marco de referencia claro para la actuación de las personas en la empresa y de la empresa en la sociedad. Estos documentos ejercen una influencia tanto en la estructura de la organización como en la vida y en los actos de los miembros de la misma, y pueden ser vistos, además, como un factor diferenciador en donde la empresa expresa sus políticas de comportamiento moral e identifica su actuación frente a la sociedad.

En ese sentido, los códigos de ética pueden calificarse como una herramienta de gestión para enmarcar el comportamiento ético de los individuos de una organización. Sin embargo, Argandoña (2014, p. 3) hace énfasis en que "... hay que rechazar la tesis que la ética es un conjunto de herramientas o técnicas... estos instrumentos pueden ser necesarios para hacerla operativa, pero no deben confundirse con ella". Los códigos de ética deberían ser presentados no como simples ideales inaccesibles o como normas rígidas desprendidas de las conductas humanas sino como un medio de perfección ética, en donde es necesario desarrollar virtudes dentro de un grupo social. Se destaca, entonces, que si bien los códigos de ética cumplen una función de definición de la filosofía corporativa y de las conductas éticas esperadas, no pueden ser aplicados como normas estrictas, ya que la ética radica en la voluntad de los individuos de actuar de acuerdo con lo que sea bueno para él y para los demás.

Mediante los códigos de ética, las organizaciones pueden contribuir a la transparencia en sus actuaciones declarando reglas éticas claras y fundamentadas, respetando las creencias y costumbres de los individuos y señalando mecanismos de resolución de conflictos (Parra, 1996).

La prevalencia de los códigos de ética ha ido aumentando en todo el mundo (Singh, 2011) en parte, debido a sus implicancias legales (son exigidos por algunos estados), organizacionales, estratégicas y reputacionales (Payne, Raiborn & Askvik, 1997). En este sentido, el 86 % de las 200 empresas más grandes en el mundo poseían un código de ética en 2007 (KPMG, 2008).

Sobre la efectividad de los códigos, una revisión de 79 estudios empíricos realizado por Kaptein & Schwartz (2007) encuentran resultados divergentes: el 51% de los estudios apoyan la eficacia de los códigos, el 33 % de los estudios dan resultados sin efectos (ni positivo ni negativo tener códigos), el 14% de los estudios muestran resultados mixtos y un estudio encontró impacto negativo en el comportamiento. Más recientemente, McKinney, Emerson & Neubert, (2010) señalan que la existencia de un código en la empresa, tenía un efecto especialmente positivo en la disminución de comportamiento poco ético en cuanto a relaciones con el gobierno (problemas legales), entre empleados (tema de la justicia), con competidores (competencia ilegal) y con los accionistas (consideraciones de beneficios). Asimismo, Erwin (2010) encontró que las empresas que se rigen por códigos de conducta lograron mejores clasificaciones en escalas de ciudadanía corporativa, sostenibilidad, responsabilidad social, consiguiendo una mejor percepción pública.

La eficacia del código depende de muchos factores desde su proceso de desarrollo hasta la implementación, por ejemplo, la definición del contenido del código, la frecuencia de comunicación de las actividades sobre el código, la calidad de las actividades de comunicación, la necesidad de programas de formación y la práctica del código. En este sentido, KPGM (2008) encuentra cuatro factores que se unen para el éxito de un código de ética: comunicación y capacitación; políticas de personal; el uso de medidas complementarias (p. ej., comités de ética) y, finalmente, monitorear, hacer auditorías y reportes. En todo caso, lo más importante es tener un documento que se articule con el propósito de la empresa y se haga vivo en la cultura ética.

Códigos globales de ética

A la luz de lo explicado hasta aquí, queda claro que la globalización y la apertura creciente de las economías a nivel mundial han provocado un cambio profundo también en lo que se refiere al ámbito empresarial. Hoy más que nunca hace falta un enfoque ético mundial que fomente un desarrollo más equilibrado de las relaciones internacionales y mayor legitimidad y armonía en los vínculos económicos transnacionales. De aquí surge la inquietud de las empresas de plantearse la necesidad de establecer algunos parámetros éticos universales que le permitan asegurar la transparencia en sus negocios.

A través de los códigos de ética globales, las compañías se adhieren a esos principios con el fin de aplicarlos en todas sus transacciones comerciales, con independencia de las condiciones geográficas, históricas o culturales de cada país.

Ha sido precisamente el aumento en el volumen y en la complejidad de los negocios el que ha llevado a clarificar qué se espera de las empresas, cómo se responde a las demandas de los *stakeholders* y cómo puede una compañía protegerse ante la falta de predictibilidad de las demandas externas. De modo especial, se ha comprobado la eficacia de los códigos de ética globales a la hora de integrar culturas empresariales diferentes, proceso tan frecuente a partir de las fusiones

o adquisiciones y como una manera de favorecer la eficiencia del mercado especialmente en aquellos casos en que la legislación de los diferentes países sea insuficiente.

En este sentido, a lo largo de los últimos años, han surgido diversas iniciativas. En todas ellas, se invita a las empresas a adherirse a determinados valores éticos y estas propuestas suelen incorporar diferentes herramientas de seguimiento y evaluación. De esta manera, a través de estos procedimientos, las organizaciones cuentan con foros comunes en los que establecen las bases para una conducta ética global. Cavanagh (2004), plantea como grandes ventajas de estos documentos el hecho de que centra la atención de los gerentes en las cuestiones éticas, su facilidad de adhesión por su carácter voluntario, no coercitivo y los vínculos de cooperación y comunicación que se generan a partir de ellos.

A través de los códigos de ética globales que trascienden los límites nacionales y las diferencias sociales, se plantea un conjunto de principios éticos básicos, que son los mismos para la mayoría de las personas porque son universales. Sobre este fundamento ético común pueden establecer reglas claras de juego para los negocios internacionales. A modo de ejemplo y para ilustrar lo que se ha dicho a propósito de los principios éticos que han de mantenerse en los negocios internacionales, se presentan a continuación cuatro códigos de ética globales, muy difundidos en todo el mundo.

Caux Round Table

Se conoce con este nombre el compromiso asumido por empresarios y ejecutivos de Europa, Japón y Estados Unidos que, desde 1986, se reúnen en Caux (Suiza). A sus dos fundadores, Frederick Philips, expresidente de la empresa electrónica del mismo nombre y Oliver Giscard d'Estaing, de la escuela francesa de empresas INSEAD, se unieron miembros de varias empresas como ITT (USA), Grupo Ambrosetti (Italia), Prudential Insurance Company of America (USA), Shock (Alemania), Canon (Japón), 3M Company (USA), Ciba Geigy (Suiza), Cargill (USA), entre otras. La lista de nombres de personas y empresas adheridas es larga.

Si bien comenzaron a sesionar con el objetivo de reducir los conflictos en el comercio internacional, pronto se dieron cuenta de que tal propósito solo sería posible si se definían unos principios morales aplicables al mundo de los negocios. Su principal interés se centraba en el desarrollo de las relaciones económicas y sociales constructivas entre las empresas de distintos países y una toma de conciencia de sus apremiantes responsabilidades para con el resto del mundo. Así fue como en 1994 decidieron adoptar un código ético que había sido definido unos trece años antes, por el Minnesota Center for Corporate Responsibility, al que agregaron unos conceptos preliminares basados fundamentalmente en dos principios: el respeto a la dignidad humana —del cual ya se ha hablado— y la necesidad de vivir y trabajar conjuntamente en aras del bien común, basado en la tradición japonesa del kyosei, que permite la cooperación y la prosperidad mutua en un marco de competencia leal. A petición de Ryuzaburo Kaku, presidente de Canon, se introdujo el concepto de kyosei, que quiere manifestar el compromiso de que la cooperación coexista junto con una sana, dura y limpia competencia. De esta manera, se promueve que estos dos elementos, de complicada reconciliación, se den unidos en el mundo de los negocios y se establecen relaciones armónicas con los consumidores, los proveedores, los competidores y los gobiernos.

A través de los principios de la Caux Round Table se fomenta un auténtico espíritu de cooperación a través del cual individuos y organizaciones viven y trabajan juntos en la búsqueda de un bien común (Caux Round Table [CRT], 2016).

La Caux Round Table cree que el empresariado mundial debe jugar un papel importante en la mejora de las condiciones económico-sociales. Pretende establecer un procedimiento que identifique valores compartidos, que reconcilie valores no compartidos y que desarrolle, consecuentemente, una común interpretación de conducta empresarial aceptada y respetada por todos. Este tema es de vital importancia a la hora de encarar negocios internacionales.

Partnering Against Corruption Initiative (PACI)

Se llama así al pacto contra la corrupción suscrito por 62 compañías que participaron en el Foro Económico Mundial en Davos (WEF, 2016). Fue elaborado en el año 2004 en cooperación con la organización Transparency International. Entre las empresas firmantes se encuentran compañías europeas, estadounidenses, latinoamericanas, asiáticas, africanas y de Oriente. Algunas de ellas son: ABB, Codelco, Petrobras, Schindler, Skanska y Statoil. El compromiso de las empresas firmantes supone un paso significativo en la lucha contra la corrupción, presente lamentablemente en los negocios internacionales, pues implica para las empresas adoptar las recomendaciones del WEF en torno a la lucha contra la corrupción y el soborno.

Los principios PACI llaman al compromiso de dos acciones fundamentales: una política de tolerancia cero hacia los sobornos y la corrupción y la implantación de políticas prácticas en la materia o en su defecto el compromiso de evaluación de la propia gestión de acuerdo con estos principios para lograr progresos en estos objetivos (WEF, 2016).

Para implementar estos principios, la empresa ha de clarificar sus valores, políticas y procedimientos de acuerdo con su cultura organizacional y otros factores tales como la naturaleza de los negocios, el tamaño de la empresa, etc. El programa deberá ser consistente con las leyes anti-soborno existentes en cada jurisdicción donde la empresa opere y se deberán identificar las áreas de mayor riesgo, en cuanto a la corrupción.

Se busca que redunde en mejores estándares de integridad, transparencia y responsabilidad a la hora de hacer negocios y que contribuya a mejorar el gobierno corporativo y el desarrollo económico. Se espera que esta iniciativa eleve los estándares empresariales en todo el mundo y contribuya a los objetivos de crecimiento económico.

El compromiso se extiende más allá de la propia empresa, se deberá aplicar este programa con todos aquellos con quienes tenga relaciones comerciales, ya sea subsidiarias, *joint ventures*, agentes, consejeros y otros intermediarios y contratistas, subcontratistas y proveedores, llegando incluso a prever actividades de capacitación para ellos.

Pacto Global

El Pacto Global constituye la aportación de las Naciones Unidas al debate de la responsabilidad social de las empresas. Este documento tuvo su origen en Davos, a principios de 1999, cuando el Secretario General de Naciones Unidas, Kofi Annan, en el marco del World Economic Forum, propuso a los líderes mundiales aceptar los principios de ese código global y alentó su cumplimiento en la práctica empresarial y en las relaciones con las políticas de cada país.

El Pacto Global está basado en varios documentos de aceptación mundial: la Declaración Universal de los Derechos Humanos, textos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre los derechos de los trabajadores y diversos escritos de la Cumbre de Río acerca de la ecología y el

desarrollo sustentable. Es importante resaltar que el Pacto Global es una plataforma para promover una correcta actuación social de la empresa, no específicamente un código de conducta.

El Pacto Global es una iniciativa que promueve a través del compromiso voluntario de las empresas, una nueva cultura corporativa en la manera de gestionar los negocios. Es justamente por su carácter autorregulador y voluntario, creíble solo en la medida en que las empresas informen a la sociedad las acciones que llevan delante de una manera transparente y constructiva (United Nations Global Compact [UNGC], 2016a).

GBS Codex

El Estándar Global de Negocios Codex (Global Business Standards Codex - GBS Codex) es un conjunto de principios básicos de conducta ética para las corporaciones en un contexto global. Estos principios están basados en el Caux Round Table, el Pacto Global de Naciones Unidas, los Principios Globales de Responsabilidad Corporativa del Interfaith Center on Corporate Responsibility (ICCR), el Global Reporting Initiative (GRI) y las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales (Paine, Deshpandé, Bettcher & Margolis, 2005).

Es un buen punto de referencia para las corporaciones que desean evaluar o crear sus propios códigos de clase mundial, pues ofrece relevantes pautas de conducta ampliamente aceptadas en todo el mundo. Sin embargo, este debe ajustarse al negocio y a la situación específica de cada corporación. Las corporaciones, al adoptar sus propios códigos, pueden informar a todos sus grupos de interés sobre los estándares que rigen su conducta y el compromiso que tienen con la sociedad en cualquier lugar donde operen (Paine, et al., 2005).

Los principios básicos que contiene el Codex GBS son los siguientes: fiduciario, propiedad, confiabilidad, transparencia, dignidad, equidad, ciudadanía y principio de responsividad (Paine, et al., 2005).

Conclusiones

La globalización pone de relieve la creciente interdependencia entre los mercados mundiales de bienes, servicios y factores. El movimiento de personas, dinero, información implica tener acceso a mercados, prácticas culturales y productos que antes eran inimaginables. Esto demuestra el potencial de los negocios internacionales y las oportunidades que se abren. Ahora bien, si durante estos años la globalización se centró en temas económicos, es decir, en esa libre circulación de capitales, bienes y productos, en la próxima década se focalizará en el impacto del comercio internacional y de las inversiones.

Considerando que la globalización puede ser utilizada para bien o para mal, se pone de manifiesto la necesidad de un enfoque ético mundial que impregne las relaciones comerciales, laborales, políticas y sociales. En otras palabras, no se trata tanto de frenar el fenómeno de la globalización sino más bien rodearlo de valores éticos. Para eso, es preciso tomar conciencia y evaluar las consecuencias que la globalización genera en todos los involucrados para, de esta manera, poder no solo generar riquezas sino también compartirla y que muchos se beneficien de ella.

Los códigos de ética globales se han mostrado eficaces para la promoción de valores morales de manera amplia y afirmativa. A través de ellos, se recogen diferentes principios universales para tratar con clientes, empleados, accionistas, proveedores, competidores y comunidades de todo

el mundo. Las compañías tienden a adherirse a estos códigos globales universales y los aplican en cada contexto cultural en el que realizan negocios.

El carácter voluntario de adhesión a los códigos de ética globales muestra la gran responsabilidad que le cabe a cada compañía en su exacto cumplimiento y riguroso respeto de sus disposiciones. A través de su puesta en marcha, de la transparencia y objetividad con que es impulsado, y de su control y verificación, la empresa es capaz de generar la confianza necesaria para que su compromiso con los valores éticos llegue a impregnar toda su estrategia. Si logra alcanzarlo, habrá dado un gran paso en su empeño por minimizar los efectos negativos de la globalización.

Referencias

- Argandoña, A. (2014). La ética en la empresa y la ética del directivo. *IESE Business School Working Paper, 1089*, 3. Recuperado de <https://ssrn.com/abstract=2538670>.
- Banco Mundial. (2016). *Informe sobre el desarrollo mundial 2016: Dividendos digitales*. Disponible en: <http://documents.worldbank.org/curated/en/658821468186546535/pdf/102724WDR-WDR2016Overview-SPANISH-WebResBox-394840B-OUO-9.pdf>
- Bermúdez, J. (2015). Pobreza y desigualdad en la era de la globalización. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 30. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/2015/04/desigualdad.html>
- Caux Round Table [CRT] (2016). "Caux Round Table". Disponible en: <http://www.cauxroundtable.org/>
- Cavanagh, G. F. (2004). Global Business Ethics: Regulation, Code, or Self-Restraint'. *Business Ethics Quarterly*, 14(4), pp. 625–642. doi: 10.5840/beq200414436
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2002). *Globalización y desarrollo*. Disponible en: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/2724-globalizacion-desarrollo>
- Crăciun, D. (2015). Ethical dimensions of globalization. En "Proceedings of the 9th International Management Conference Management and innovation for competitive advantage". Congreso llevado a cabo en Bucarest, Romania. Recuperado de <http://conferinta.management.ase.ro/archives/2015/pdf/81.pdf>
- Erwin, P. M. (2011). Corporate codes of conduct: The effects of code content and quality on ethical performance. *Journal of Business Ethics*, 99(4), 535-548. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0667-y>
- Fontrodona, J. (2000). Para no perdernos en la globalización: una reflexión desde la ética. *Harvard Deusto Business Review*, 16-25.
- Forética. (2015). *Informe Forética 2015 sobre el estado de la RSE en España*. Disponible en: http://foretica.org/informe_foretica_2015.pdf
- Friedman, T. (2006). *La tierra es plana*. Madrid: MR ediciones.

- Gurnani, R. M. (2015). Globalization and ethical challenges. *The Business & Management Review*, 5(4), 116.
- Hill, C. (2002). *Global Business Today, Postscript 2002*. Boston: McGraw-Hill College.
- Hurrell, A. & Woods, N. (1999). *Inequality, globalization, and world politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Inglada, E. & Sastre, J. (2015). Reflexiones sobre la globalización, pobreza y desarrollo: incidencia en las organizaciones de economía social. *REVECO. Revista de Estudios Cooperativos*, 116(0). http://dx.doi.org/10.5209/rev_reve.2014.v115.45280
- Kaptein, M. & Schwartz, M. (2007). The Effectiveness of Business Codes: A Critical Examination of Existing Studies and the Development of an Integrated Research Model. *Journal Of Business Ethics*, 77(2), 111-127. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-006-9305-0>
- Kliksberg, B. (2004). *Más ética, más desarrollo*. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial.
- KPMG. (2008). *Business Code of the Global 200: Their Prevalence, Content and Embedding*. Amsterdam.
- Larraín B. F., & Sachs, J. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. Buenos Aires: Prentice Hall.
- León, M. & Riquelme, A. (2003). *La globalización: historia y actualidad*. Santiago de Chile, Chile: Ministerio de Educación de Chile.
- McKinney, J., Emerson, T., & Neubert, M. (2010). The Effects of Ethical Codes on Ethical Perceptions of Actions Toward Stakeholders. *Journal of Business Ethics*, 97(4), 505-516. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0521-2>
- Mulder, E., Ortiz, J., Mielgo, P., & Gómez-Arnau, A. (2001). *Ética para seguir creciendo*, Madrid, España: Financial Times, Prentice Hall.
- Murphy, Patrick E. (1988). Implementing Business Ethics. *Journal of Business Ethics* 7 (12):907-915 (1988).
- Paine, L., Deshpandé, R., Bettcher, K., & Margolis, J. (2005). ¿Se ajusta la conducta de su empresa a estándares de clase mundial? *Harvard Business Review América Latina*, 84(9), 36-48.
- Parra, M. G. (1996). La ética empresarial: una aproximación al fenómeno. *Cuadernos Empresa y Humanismo (Serie de monografías)*, (58), 3-39.
- Payne, D., Raiborn, C., & Askvik, J. (1997). A global code of business ethics. *Journal of Business Ethics*, 16(16), 1727-1735.
- Pesqueux, I. (2010). Preliminary Chapter: What is Globalisation? The Paradoxes of the Economic and Political Substance of Markets. En E. Millot & N. Tourmois (Eds.), *The Paradoxes of Globalization* (pp. 6-23). UK: Palgrave Macmillan.
- Piketty, T. (2014). *El capital en el siglo XXI*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

- Romero, A. & Vera Colina, M. (2009). El proceso de globalización y los retos del desarrollo humano. *Revista de Ciencias Sociales*, 15(3), 432-445. Recuperado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182009000300006&lng=es&tlng=es.
- Singh, J. (2011). Determinants of the Effectiveness of Corporate Codes of Ethics: An Empirical Study. *Journal of Business Ethics*, 101(3), 385-395. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0727-3>
- Somavia, J. (2000). *Declaraciones en Décima Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo, UNCTAD*. Conferencia llevada a cabo en Bangkok, Tailandia.
- Taran, P. & Geronimi, E. (2003). *Globalización y migraciones laborales: importancia de la protección*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.
- United Nations Global Compact [UNGC] (2016a). "What is the UN Global Compact". Disponible en: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc>
- United Nations Global Compact [UNGC] (2016b). "Who We are". Disponible en: <https://www.unglobalcompact.org/>
- Weiss, Joseph (2006). *Ética en los negocios: Un Enfoque de Administración de los Stakeholders y de Casos*. México DF: Thompson.
- World Economic Forum [WEF] (2016). Partnering Against Corruption Initiative. Disponible en: <https://www.weforum.org/communities/partnering-against-corruption-initiative/>