

## EIGHTY EXEMPLARY ETHICS STATEMENTS

PATRICK E. MURPHY, UNIVERSITY OF NOTRE DAME PRESS, NOTRE DAME, 1998

---

EL LIBRO del profesor Patrick E. Murphy *Eighty Exemplary Ethics Statements*, recoge los 80 mejores documentos (Ethics Statements)<sup>1</sup>, utilizados por conocidas compañías para fomentar la buena práctica empresarial. Los textos fueron seleccionados de entre las 500 mejores empresas del ranking de la revista *Forbes*.

Esta recopilación de valores empresariales ha visto la luz en un momento en el que los códigos éticos, declaraciones de principios, credos y misiones corporativas han comenzado a multiplicarse entre las mejores firmas europeas.

Para los más curiosos, el texto ofrece la oportunidad de conocer la filosofía empresarial de compañías tan nombradas como: Boeing, Caterpillar, Hewlett Packard, Johnson & Johnson, LEGO o Procter & Gamble. Para los más reflexivos, o para aquellos que alguna vez han pensado en transmitir a su

organización las razones por las que vale la pena trabajar en ella, el libro se convierte entonces en el mejor punto de arranque.

En un primer capítulo titulado "Desarrollo de declaraciones éticas ejemplares", el autor recoge algunas razones por las que conviene contar con este instrumento de gestión. A continuación distingue y describe tres tipos de documentos: los *Valores Corporativos*, relacionados con la misión de la empresa; los *Credos Corporativos*, que especifican las responsabilidades de la compañía con los implicados en su gestión; y los *Códigos Éticos*, que regulan situaciones y prácticas más concretas con repercusiones éticas. Junto a las descripciones, y algunos datos de su proliferación, expone honradamente los problemas, críticas y limitaciones de este tipo de práctica. Precisamente por su conocimiento del contenido y proceso de elaboración de los textos, y por su espí-

ritu crítico ante las limitaciones de tales documentos, los consejos que ofrece resultan de gran valía para quien pretenda seguir el mismo camino en su empresa.

El capítulo segundo es el más extenso y recoge los 80 documentos por orden alfabético. Sólo 20 de los impresos pueden calificarse como *Códigos* de conducta, el resto estarían en la categoría de *Valores* o *Credos Corporativos*, aunque los nombres con que fueron bautizados son muy dispares. Al final de cada documento el autor incorpora un breve comentario sobre los aspectos más sobresalientes del mismo, o sobre los programas diseñados para su puesta en práctica. En todos los casos, sus comentarios resultan de inestimable ayuda para entender el valor añadido de cada nuevo *Statement* incorporado a la lista.

El tercer capítulo, casi tan breve como el primero, responde al título: "Más allá de las Declaraciones Éticas". Se trata de una reflexión acerca de los valores que con más frecuencia aparecen en las 80 *Declaraciones*, y de aquellos que posiblemente aparecerán en los próximos años. Presenta además, a modo de ejemplo, una descripción de

los programas de ética empresarial desarrollados por cuatro de las empresas seleccionadas (Bayer, Guardsmark, Sears y United Technologies Corporation). Finalmente, el autor ofrece algunas recomendaciones prácticas.

Para quienes no están familiarizados con este tipo de documentos, la recopilación del profesor Murphy podría parecer, a primera vista, una labor poco meritoria. Muy al contrario, aunque existen otras recopilaciones de credos, valores o códigos, éste es el primer libro en el que se recogen documentos de contenido exclusivamente ético, y dentro de esta categoría, aquellos de mejor calidad en la redacción.

El profesor Murphy, conocido internacionalmente por sus aportaciones al campo del marketing y de la ética, evita explícitamente la "tentación" de dar una lista concreta de los principios o valores que tendría que tener una declaración ética "ideal", pues entiende que los caminos para concretar los principios son tan variados como variadas son las empresas. Es consciente de que en muchas ocasiones estos documentos son demasiado generales, o legalis-

tas, y de que sólo una redacción específica, para cada organización, puede tener como resultado el compromiso de sus miembros.

Tanto los empresarios como los consultores encontrarán en este libro una guía práctica para diseñar documentos similares. En este sentido, los índices que se recogen al final del texto pueden resultar de gran utilidad para localizar los principios o valores por los que se quiere apostar. Como indica el propio autor, este tipo de documentos es de interés para cualquier compañía, también pequeña y mediana, en las que la imposibilidad de un trato diario entre directivos y empleados aconseja poner por escrito aquellos valores que se pretende compartir.

Para los profesores de dirección de empresas que estén interesados en mostrar filosofías empresariales ejemplares, el texto supone una fuente valiosa de documentos de gestión que van más allá de la cuenta de resultados. Quizás la única pega es que no se ha traducido al castellano.

El autor es optimista y, aún reconociendo que la tarea de elevar la conciencia moral de todos los miembros de la organización no es fácil, y que este tipo de práctica no es más que una ayuda para lograrlo, anima a empresarios y directivos a lanzarse a la aventura. Parece lógico pensar, tal y como se desprende de sus comentarios, que sólo con el compromiso de la dirección y su ejemplaridad este proyecto pueda acabar dando frutos.

Un año después de su publicación, los nombres de doce de las ochenta compañías citadas en el libro eran incluidos, por la revista *Fortune*, entre las mejores empresas americanas en las que trabajar. Como ha demostrado gráficamente el profesor Murphy, para estas empresas, *ganar dinero y apostar por las personas* no es incompatible. Después de todo, quizás sus principios sean un buen ejemplo a seguir, o al menos a estudiar.

*Manuel Guillén*

## NOTAS

1 A falta de un término análogo en castellano, *Ethical Statement* se traduce aquí como "Declaración Ética" e incluye docu-

mentos como: Códigos Éticos, Valores corporativos, Declaraciones de Principios, Misiones, Visiones, Credos empresariales.

